
الأسس
الفنية
مجلة
ازى زين عوض الله
3281 - 10 SEPTEMBER 1997
AKHER SAA

الأسس الفنية

للمجلة

د. غازى رين عوض الله



الهيئة المصرية العامة للكتاب

١٩٩٧

إهداء

إلى والدىّ الحبيبين . يرحمهما الله .

إلى جدتى من الأم . يرحمها الله .

إلى زوجتى وأبنائى . حفظهم الله .

إلى أستاذى الدكتور سمير سرحان الذى علمنى حرفية فن الترجمة الصحفية وكيفية الحوار والتعامل مع نصوص الترجمة فكرياً وحضارياً وتكنيكياً..

غازى زين عوض الله

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

لا يختلف اثنان على أن المجلة تعتبر وسيلة إعلامية هامة تقف جنبا إلى جنب بقاعدتها الجماهيرية العريضة من القراء بين منافسيها من صحف سيارة، وإذاعة وتلفاز.

وتعتبر صحافة المجلة أرقى الفنون الصحفية وأكثرها عمقا فى الأسلوب والشرح والتحليل للأحداث والقضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية، والثقافية، كما أنها تأخذ من مناهج البحوث العلمية أدواتها فى المحاور للأحاديث الصحفية، والتحقيقات الصحفية.

□○□

وأخذت المجلة فى هذا العصر الذى شارف على القرن الحادى والعشرين تتجه بفنونها إلى الدراسات العملية الحديثة التى تجعلها أن تكون تخصصا من التخصصات الدقيقة فى مضمونها وشكلها وهناك الكثير من

المختبرات التى تنفرد بها المجلة عن بقية فنون الصحافة ـ يجعلها ذات طابع مختلف عن بقية الوسائل الإعلامية، وذات خصائص تبرزها عن غيرها...

وفى تناولى لهذا البحث الخاص عن صحافة المجلة وعشرة فصول نقدم للقارئ معلومات أرجو أن تكون كافية عن صحافة المجلة كأسس فنية راعيت فيها فى الفصل الأول: أن أقدم تعريفا عن المجلة وفى الفصل الثانى تعرضت للفرق بين الجريدة والمجلة ويتناول الفصل الثالث وظائف المجلة، أما الفصل الرابع فقد خصص لفنون تحرير المجلة، أما الفصل الخامس فيتحدث عن أنواع المجلات، بينما الفصل السادس يحتوى شرحا وافيا عن التخطيط لإصدار المجلة، وفى الفصل السابع نقف عند فن إخراج المجلة، ويليه الفصل الثامن عن فن الطباعة فى المجلة، ويأتى الفصل التاسع مخصصا للحديث عن قسم المعلومات والبحوث فى المجلة، ويبقى الفصل الأخير (العاشر) منفردا عن الاتجاهات الحديثة فى فن المجلة.. ورجائى أن أكون فى هذه الدراسة العلمية ـ بكل تواضع ـ قد غطيت كل الجوانب الأساسية لمفهومنا عن الأسس الفنية لصحافة المجلة الحديثة.

أسأل الله أن يوفقنا جميعا لخدمة العلم ورجاله، وطلابه، ونحن من طلاب هذا العلم الذى نفخر به ونعتز بانتمائنا له.

والله ولى التوفيق

المؤلف

الفصل الأول

مفهوم المجلة :

الحدود-الأنواع-الوظائف

تعريف المجلة :

المجلة في اللغة وردت في لسان العرب لابن منظور (المجلة صحيفة فيها الحكمة).

ولقد فسر الأستاذ إبراهيم البازجي الذى كان يحرر مجلة الطبيب معنى ومصدر كلمة مجلة بقوله: (إنها مشتقة من جلا أو جلاء أى ظهر ووضح، ومنها جلية الأسرة أى: ما ظهر حقيقة أى الخبر اليقين.. والمجلة هنا بمعنى استجلاء حقيقة من العالم).

وكذلك أورد حديث أنس بن مالك (الفى الينا، مجال ـ جمع مجلة ـ يعنى صحفا).

وترجع كلمـــة (Magazine) الإنجليــزية إلى الكلمـــة (Magazin) الفرنسية المأخوذة من الكلمة العربية مخزن.

وفى المفهوم الحديث لكلمة مجلة استخدم مصطلح (Magazine) لأول مرة عام ١٧٣١م ليصف الصحيفة التى كان لها شكل الجريدة، ولكن محتواها متنوع.

وقد عرف «فرانك لوثر» المجلة بقوله: (إنها مطبوع مغلف يصدر بشكل دورى ـ طويل أو قصير، ويحتوى على مادة مقروءة متنوعة).

وفى رأى الدكتور عبداللطيف حمزة[١] «إن المجلة يطلق عليها لفظ (Review) والمعنى الحرفى لها هو إعادة النظر ـ فيما طبع من أخبار وحوادث ومواد سبق نشرها فى الجرائد اليومية، ولم تساعد طبيعة الصحافة على استيفاء هذه المواد كما ينبغى، لكن المجلة تستطيع بعد كل هذا أن تعيد النظر فى جميع هذه المواد على اختلافها وأن تبدى للقارئ وجهة نظر جديدة وفى الجانب الآخر ترى الدكتورة إجلال خليفة[٢] أن المجلة (هى إحدى الوسائل المهمة للاتصال الجماهيرى تصدر فى دورية معينة مدى هذه الدورية أسبوع وأكثرها خمس سنوات، وتأخذ من الكتاب عمقه، ومن الصحيفة تفرغ مادتها ومجاراة هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها، وكلمة مجلة فى اللغة العربية فى رأيها ـ تعنى قائمة عمومية من المعارف، وجمعها مجلات أو مجال، ونخلص من كل تلك التعاريف: أن المجلة تعتبر وسيلة مهمة من وسائل الإعلام تأخذ من الكتاب عمقه ومن الصحيفة تفرغ مادتها، ومجاراة هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها، كما أنها تستطيع بعد كل هذا أن تعيد النظر فى جميع هذه المواد على اختلافها وأن

تبدى للقارئ، وجهة نظر جديدة ولكن فى ظل مفهوم صحافة المجلة الحديثة لا يكفى أن تكون المجلة موسوعة لتلك المواد التى تجمعها من الصحيفة دون أن يكون لها يد فى جمع مادتها الصحفية، وأن تكون وظيفتها منحصرة فقط على المراجعة أو المجاراة لتلك المواد التى أخذتها من الصحيفة... ومن هذا التعريف: تكون المجلة إعادة أو تكرار المواد منشورة حتى وإن بدت المجلة اهتمامها فى إعادة النظر فى تلك المواد لتقدمها للقارئ بوجهة نظر جديدة...

□□□

ويضع الدكتور محمد مهدى علام تعريفًا للمجلة وهو أنها صورة مختصرة متجددة رخيصة الثمن لدوائر المعارف[٣].

ويرى الدكتور سامى عزيز أن المجلة هى «نشرة ذات غلاف تصدر دورية تحتوى على نوعيات متعددة من المواد»[٤].

وفى التعريف الحديث عن المجلة نرى استخدام كلمة (صناعة المجلة) وفى مفهوم أوسع وأشمل تعنى (الصناعة والإنجاز) وهى جزء من العملية الكبرى نفسها فى إطار الاتجاه الحديث الذى يشمل مفهوم كلمة المجلة بمعناها الأوسع فالمجلة لم يعد مضمونها أو محتواها مادة مفرغة من مواد صحفية أخرى بل إنها أصبحت صناعة وتجارة وأخذت تهتم بخصوصيتها من المواد الصحفية سواء من حيث الشكل الذى تقدم بتقدم التقنية الحديثة، أو من حيث المضمون الذى أصبح أكثر عمقا فى التحليل والتفسير والتعليق والصياغة الفنية والفكرية و «أيديولوجية» التخصص، وفروعه الدقيقة خصوصا

بعد أن اتجه الغرب لصحافة المجلة إلى الاهتمام من حيث الشكل والمضمون الذى يتناسب مع مقتضيات التخصص الدقيق للمجلات الحديثة، وهذا الاتجاه الحديث فى حد ذاته ألغى محاكاة الصحف فى موادها العامة وأعطى للمجلة تميزها المتخصص من حيث المضمون والشكل...

□□□

الفرق بين الجريدة والمجلة:

فى مراجعتنا لقواميس اللغة وكتبها لاحظنا أن كلمة جريدة تعنى النخيل أو سعف النخيل، وهى بذلك تبعد كل البعد عن معنى المصطلح الذى نعرفه اليوم لكلمة صحيفة يومية .. ولقد وردت كلمة مجلة فى القواميس العربية مرادفة لكلمة صحيفة وهى بهذا المعنى تعتبر اقترابا ملاصقا للمعنى المصطلح عليه الآن للمجلات الأسبوعية وما يشابهها. ومع ذلك لا يمكن الادعاء بوجود فوارق جامعة مانعة بين الجرائد والمجلات، لأن النوعين يشتركان فى العديد من السمات المتماثلة، ومن أهمها سمتان جوهريتان وهما[٥]:

السمة الأولى:

إنهما دوريتان أى تتميزان بالعنوان الواحد الذى ينظم جميع الأعداد وبالرقم المسلسل الذى يسلم العدد إلى الذى يليه[٦].

وبانتظام موعد الصدور سواء كان ذلك يوميا كما هو الشأن فى أغلب الجرائد، أو أسبوعيا أو شهريا أو فصليا أو سنويا، كما هو الشأن فى الأكثر

الأعم من المجلات. ثم هناك أخيرا عدم وجود حد يقف عنده صدور أى منهما[٧].

السمة الثانية:

إنهما مطبوعتان، وهذا يعنى إخراج كل ما هو غير مطبوع بعيدا عن مفهوم الجريدة والمجلة سواء ما ظهر منها قبل اكتشاف المطبعة أو بعد اكتشافها[٨].

وهذا المفهوم على حد رأى الدكتور فاروق أبو زيد يقوم على قصر اصطلاح (صحافة) على الدوريات المطبوعة فقط أى تلك التى ظهرت بعد اكتشاف المطبعة فى منتصف القرن الخامس عشر أى أن الصحافة بدأت فى العالم بظهور أول صحيفة مطبوعة فى نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر، مع أن هذا المفهوم على خلاف كبير بين الرأى الذى يقول إن الإنسان عرف الصحافة قبل أن تظهر المطبعة، ولكن يبدو أن هذا التعريف خلط بين مفهوم الصحافة كمطبوعة وبين المعنى المقارب لمفهوم معنى الإعلام أو تبادل الأخبار كما كان يحدث فى سوق عكاظ التى كانت أقوى وسيلة إعلامية اتخذها العرب فى جاهليتهم، وامتد أثرها العظيم إلى مدة طويلة فى أوائل العصر الإسلامى بحيث ضاهى تأثيرها تأثير المؤتمرات الإعلامية الحديثة المدروسة..

وعلى الرغم من ذلك فإن مفهوم الصحافة الذى أخذ يجمع بين الجرائد والمجلات فى بعض الخصائص، وأكثرها اقترابا من المفهوم، ظلت

هناك، بعض الفوارق، وإن كانت غير جامعة ومانعة تبين خصائص كل منهما، ولكن يبقى شئ مهم لم يختلف عليه الدارسون أو الباحثون فى علم الصحافة وهو: إن لكل من الجريدة والمجلة شخصية تميزها عن الأخرى، ومن هذا المنطلق يتفق الباحثون على أن هناك ثلاثة مقاييس يمكن وضعها كفروق بين الجريدة والمجلة وهى:

المقياس الأول:

يمكن التفرقة بين الجريدة والمجلة من حيث الشكل والمضمون لكل صحيفة أولها الفترة الزمنية لتتابع الصدور، وهذا المقياس وإن بدا لأول وهلة فى الشكل ـ لكنه الأهم ـ لأن الصدور اليومى لصحيفة ما يؤكد كونها جريدة ولأن هذا المقياس أيضا مرتبط بالمضمون ارتباطا وثيقا، لأن الصحيفة اليومية لا يمكن أن تتخصص كما تتخصص المجلات.

المقياس الثانى:

هو المادة التحريرية وهى فى الجريدة الخبر فى المحل الأول، وفى المجلة المقال بأشكاله المتعددة، والتقرير الصحفى بأنواعه الأربعة من حديث وتحقيق و«ريبورتاج» وما جارياتنا إلى جانب القصص والطرائف والرسوم والصور وما شابه ذلك.

المقياس الثالث:

هو الحجم، فقد درجت الجرائد خلال تاريخها العالمى أن تكون فى حجم أكبر كما درجت المجلات خلال تاريخها العالمى أن تكون فى حجم

أصغر، برغم صدور صحف يومية بالحجم النصفى «التابلويد» وبرغم صدور مجلات بحجم الصحف اليومية، ولكن العبرة بالأغلب والأعم وماشذ عن هذه القاعدة قليل إلى جانب هذه المقاييس الثلاثة الرئيسية توجد مقاييس ثانوية حددها الباحثون بنوع الورق والغلاف، واستخدام الألوان وطريقة الطباعة، والإخراج الصحفى، واختلاف كل ذلك بصفة عامة فى كل من الجريدة والمجلة.

ومع ذلك أصبح هناك تداخل كبير بين استخدام الألوان وطريقة الطباعة، والإخراج الصحفى وغيرها من الوظائف الصحفية خصوصا ما كان منها بحجم «التابلويد التى يصنعها الغرب من المجلات المتخصصة» التى تصدر عن نقابة المهن والحرف فهى أكثر قربا فى شكلها ومضمونها إلى الجرائد اليومية. ولكن مهما كان ذلك التداخل بين الجريدة، والمجلة من حيث الشكل والمضمون تظل هناك فوارق تميز كل واحد منهما عن الآخر.

□□□

وإلى جانب هذه المقاييس الثلاثة الرئيسية توجد مقاييس ثانوية كنوع الورق، والغلاف، واستخدام الألوان وطرق الطباعة، والإخراج الصحفى، واختلاف كل ذلك بصفة عامة فى كل من الجريدة والمجلة.

ويفرق الدكتور محمد سيد محمد بين المجلة والنشرة مؤكدا على أن المجلة[٩] دورية تمثل عملاً صحفياً بكل ما يطلبه العمل الصحفى من عناصر وما يقتضيه من التزامات، وما يفرضه العرف الصحفى من عمومية، واتصال مباشر بجماهير القراء، أما مضابط «البرلمانات» أو تقرير النشاط

السنوى للهيئات الثقافية أو ما شابهها فليست مجلات حتى ولو اتخذت لنفسها عنوان مجلة لأن التسمية الصحيحة لها هى «النشرة» كذلك تختلف المجلة عن الطبعة الأسبوعية فهى جريدة روعى فى تحريرها كثرة الموضوعات الحالية، والأنباء المحلية والعالمية، ومقالات عن الأدب، والفن وفى بعض الأحيان كانت الإمكانات الضخمة للصحيفة اليومية تتهيأ لها فرص إصدار طبعة أسبوعية ونصف شهرية، وليست بالضرورة أن تحمل الطبعة الأسبوعية الاسم نفسه، بل قد يضاف اسم آخر إلى جانب الاسم الأول كالسياسة والسياسة الأسبوعية، والبلاغ، والبلاغ الأسبوعى(١٠).

□□□

أنواع المجلات:

أخذت الصحافة الحديثة ومنها المجلات العالمية تتجه إلى التعددية فى التخصص، فخرج من رحمها المجلات المتنوعة ذات التخصص العام، والدقيق، ولم تعد للمجلات العامة انتشار كما كان فى الماضى، بل أخذت تنحسر شيئا فشيئا وحل محلها المجلات المتخصصة العامة والدقيقة، «Specialialized»، وهى مجلات تتخصص بمضمونها فى مجال معين، وجمهورها عام، ومنها المجلات الخاصة بالمرأة مثل «ذى ليديز هوم» جورنال و«مانزداى» و«حواء المصرية» و«أعز الناس» و«هو وهى» و«سيدتى» و«فاميلى سيركل Family Circle» الأمريكية ومنها مجلات للشباب، مثل «بويز لايف Boys Life» الأمريكية ومنها مجلات علمية، وبعضها مجلات أدبية ثقافية

«العربى الكويتية» ، الفيصل السعودية، الهلال المصرية، ساتر دى ريفيو «Satur day Review» الأمريكية، وبعضها مجلات للمزارعين، مثل مجلة فارم جورنال «Farm Journal» والمجلة الزراعية المصرية وبعضها متخصص فى الكمبيوتر، وبدأ ظهورها فى الثمانينيات[١١] وهناك المجلات ذات التخصص الدقيق أو المهنية، وهى متخصصة فى شتى المجالات، ومنها ما يصدر كل ثلاثة أشهر أو أكثر (دينية ـ زراعية ـ صناعية ـ تجارية)، وهى مخصصة من حيث مضمونها ومن حيث نوعية جمهورها، إذ أنها تخاطب شرائح المتخصصين، ومن ذلك مجلة السياسة الدولية المصرية، والمجلات التى تصدر عن بعض النقابات أو التجمعات المهنية، كالمعلمين أو الأطباء أو المهندسين أو التجاريين أو العمال[١٢].

وهناك العديد من المجلات المتنوعة ومنها:

١ ـ المجلات الإخبارية News magazine.

٢ ـ مجلات الرأى Opinion.

٣ ـ المجلات الفكرية Intellectual.

٤ ـ مجلات الصفوة Quality.

٥ ـ المجلات الفكاهية Humor Magazine.

٦ ـ مجلات العلاقات العامة Public Relations.

ولكل من هذه المجلات وظائف أساسية تقوم بها فى خدمة جماهيرها من القراء[١٣]:

(أ) مجلات الرأى:

تركز على أشكال مواد الرأى من مقالات، وتعليقات، وطرح وجهات النظر، مثل مجلة أكتوبر المصرية، ومجلات «نيشن أوبنين مجازين» ناشيونال ريفيو الأمريكية.

(ب) المجلات الفكرية:

مثل «Commentary American». وهى شبيهة بمجلات الرأى ولكنها أعمق ذهنيا، وتخاطب فئات الجمهور العقلاء.

(جـ) مجلات الصفوة:

وهى تتشابه مع المجلات الفكرية، ومجلات الرأى إلا أنها ذات توزيع ضخم، وتصل لجماهير عامة مثل «Harper's».

(د) المجلات الفكاهية:

ويدخل فى إطارها المجلات الهزلية Comic ملاحق يوم الأحد التى تأخذ شكل المجلة.

(هـ) مجلات العلاقات العامة:

ويتم إنتاجها لتوزع على الجمهور الداخلى أو الخارجى للشركات أو المنشآت كالعاملين أو العملاء، وتوزع عادة مجانا للدعاية: لسياسة الشركة أو المنشأة ومنتجاتها بشكل جذاب، وقد تعرف بالمجلات الصناعية ولها عدة أنواع مثل مجلات الموظفين أو المستخدمين، مجلات المستهلكين، مجلات المبيعات، مجلات الوسطاء، والمجلات الفنية الدقيقة لشرح تراكيب جهاز جديد مع مقارنته بالأجهزة الأخرى المعروفة فى الأسواق[١٤].

وهناك من يرى من الباحثين أن يكون للمجلات تقسيم رباعى على النحو التالى:

١ - المجلات العامة General Magazine:

ويطلق عليها المجلات العامة أو المجلات الجماهيرية Maas Magazine أو مجلات المستهلك Consumer Magazine أو مجلات المنوعات Variety Magazine أو متعددة المنوعات ومجلات الملايين Multimillion.

والمجلات العامة تنقسم بتنوع المضمون، وتتوجه إلى جماهير متنوعة، وإن كانت تستهدف القارئ العام غير المتخصص مثل مجلات Leslies و Harpers Weekly, Collier's و Life Look و The people الأمريكية(١٥) و Paris Match الفرنسية و Stern الألمانية الغربية والمصور، وآخر ساعة، وأكتوبر المصرية.

٢ - المجلات المتخصصة:

وتتعدد أنواع هذه المجلات بتعدد أنواع الجمهور الذى تخدمه، والوظيفة التى تؤديها عن طريق المضمون المتخصص الذى تحمله.

فنجد أن هناك مجلات للمرأة والطفل والرياضة، والدين والأدب، والعلوم والهوايات، وجمهورها محدد، وكذلك مضمونها، ويتراوح توزيعها بين بضعة آلاف، وأحيانا مئات فى مجلات المدارس والشركات إلى ملايين مثل T.V.Guide الأمريكية التى توزع ١٨ مليون نسخة أسبوعيا و Anti-mitem Gogue Elle, Jours de France الفرنسية و Psychology Today

و Yachting, Woman's Day الأمـريكيـة، ومـجـلات حـواء، والإذاعـة والتليفزيون، والثقافة «الشباب وعلوم المستقبل، والأهرام الاقتصادى» المصرية والفكر التونسية، الصقر القطرية، والشورى الليبية[١٦].

٣ - المجلات الإخبارية :

يعتبر بعض أساتذة الصحافة ومنهم الدكتور سامى عزيز(١٧) أن المجلات الإخبارية أقرب أنواع المجلات إلى الجرائد وهى تتسم بمحافظتها على عنصر الحالية، عن طريق المتابعة المتعمقة للأخبار، وأهم ما يميز أسلوبها:

١ - الإيجاز Brevity :

فأخبار الأسبوع تنشر مكثفة كلها فى صفحات قليلة كلما أمكن ذلك.

٢ - الذاتية Subhectivity :

حيث يتم مزج الرأى بالحقيقة، ويتم تكوين الخبر بأسلوب شديد الجاذبية[١٨].

وأقدم المجلات الإخبارية فى العالم، وأكثرها توزيعا هى مجلة Time، التى تعد أكثر المجلات تأثيرا فى الولايات المتحدة الأمريكية تليها Der Spig-el وNews Week و (U.S.News and World Report) الألمانية الغربية و Timpo المكسيكية والهندية Look والكينية Reporter[١٩]. وفى مصر صدرت مجلة (الجيل الجديد) عام ١٩٥١م على هذا النمط، واستمرت حتى ١٩٦٤م[٢٠].

٤ ـ المجلات الملخصة أو المهضومة Digest :

وتعتمد على نشر أهم، وأبرز المقالات والتعليقات والموضوعات الجادة والحقيقية والمسلية المنشورة فى المجلات الأخرى العامة والمتخصصة، مع التركيز على المتخصص منها.

وأول مجلة أنشئت من هذا النوع فى لندن سنة ١٨٦٠م هى Reader's Literary Digest سنة ١٩٢٢م وطبعتها العربية معروفة باسم المختار وتصدر ٢٥ طبعة فى ١٣ لغة منها الإنجليزية، والفرنسية، والألمانية والأسبانية والإيطالية والدانماركية، والنرويجية والسويدية، والصينية، واليابانية، وتصل إلى ٦٠ مليون قارئ خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وترجع أهميتها إلى أنها تعطى القارئ الفرصة لتوسيع معارفه، ونظرته العامة، والاطلاع على موضوعات كان من الصعب، بل من المستحيل عليه ـ أحيانا ـ قراءتها فى مصادرها الأصلية[٢١]. وهناك العديد من الإصدارات للمجلات المتخصصة، العامة، والدقيقة، والمتعددة فى أغراضها، وأهدافها وتخصصاتها، بل اتسعت دائرة التخصصات للمجلات ولم تعد مرتبطة بالطباعة المقروءة على الورق، بل تخطت حاجز الطباعة إلى عالم الإليكترونيات، فخرجت الصحافة الإليكترونية، من جرائد، ومجلات متخصصة، يقرؤها، ويشاهدها ملايين من أبناء العالمين الشرقى الآسيوى، والغربى الأوربى، وفى طريقها إلى العالم، الذى يعيش فيه، ويسميه الغرب، الدول النامية.. «Under development Countries».

□□□

وظائف المجلة:

لقد لعبت المجلات دوراً مهمًا من خلال تعدد وظائفها فى التأثير على الرأى العام، وذلك عن طريق ما تقدمه من موضوعات مدروسة، مدعمة بالدراسة والبحث والاستقصاء لأن لديها الوقت الكافى الذى تستطيع أن تستثمره فى معالجة الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، خيرا من الصحافة اليومية. وذلك بحكم أن هذه التقارير أوقع فى نفس القارئ وذات أثر أبقى من العناوين، أو للنبذ أو الأخبار المصورة التى تنشرها الصحف (الجرائد) اليومية[١].

وتستطيع المجلة أن تؤثر فى مخيلة القراء عن طريق الرسم، والصور «الفوتوغرافية»، تفوق تأثير الجريدة اليومية، وذلك لما يتوفر للمجلة عامة من الإمكانات الفنية فى هذه الناحية، فالطابع الجميل للمجلات من حيث الإمكانات الطباعية، والألوان، والإخراج له تأثير «سيكولوجى» قوى فى نفس الناس جميعا على اختلاف صفاتهم وأعمارهم لذلك تستغل المجلات بواسطة رجال الدعاية السياسية والتجارية كوسيلة ناجحة ومؤثرة[٢].

ولكن يبقى التحريك فى صورة الخيال عند القارئ «سيكولوجيا» انطبع عنده من خلال وجود الإمكانات الفنية التى توافرت له فى المجلة من حيث الطباعة، والألوان والإخراج التى هى أكثر جدية من الجرائد اليومية، وتكون أكثر قربا من الشاشة السحرية من الناحية «الدرامتيكية»، وهذا هو الأسلوب الحديث فى اتجاهات المجلة من الناحية الفنية، ناهيك عن المضمون الذى

اقترب إلى حد الوسط بين الكتاب، والجريدة، كما يراه «فلافيد كرونيك» الذى يضع المجلات فى منطقة وسط بين الكتاب، والجريدة حجته فى ذلك: أنها توجه إلى جمهور أكثر تحديدا من جمهور الجريدة ولا ترتبط بشدة الحوادث اليومية، وتشبه الكتاب أكثر من الجريدة بحكم مدى الأفكار التى تعالجها[٣] ، وبينما يرى «جورج ديهامبل» أن المجلة تجمع بين الجريدة والكتاب بعد أن غيرت خلال السنوات الأخيرة مقرها والتمست لها مظهرا جديدا، محافظة على مظهر الجريدة، وإن قدمت مادة أغنى وإن لجأت إلى شئ من التراجع فى الزمن لتحكم على الوقائع والناس[٤].

وهذا الشكل من المظهر قد تمثل فى مجلة «التابلويد» التى أخذت ثوب الجريدة كمظهر ومضمون المجلة فى مادتها الغنية وذلك بحكم ما فرضه واقع الحياة من إيقاع سريع فى حركة القراءة السريعة التى لجأ إليها قارئ العصر الذى لم يعد لديه الوقت بأن يتصفح الألوان والإخراج ويمكن النظر فى هذه الإمكانات الفنية المتوافرة فى المجلة، بل كل ما يهمه مراجعة العناوين والوقوف عند المادة الدسمة التى تشد انتباهه، كما أن هناك شيئا آخر فى لجوء المجلات لتصغير حجمها وتقليص تكاليف إخراجها المعقد، قلة إمكاناتها المادية، واقتصاديات السوق للورق الفاخر المصقول.. وهذا الشكل فى المجلات لحجم «التابلويد» أكثر انتشارا فى الولايات المتحدة الأمريكية، وتليها بريطانيا، وربما كان وراء ذلك سبب آخر فى اتجاه الصحف والمجلات الأوروبية، كى تتخطى التخصص للجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية.. وبشكل عام يمكننا أن نحدد أهم الوظائف التى تقوم بها المجلات، لخدمة

قارئها ومجتمعها من وجهة نظر الباحثين والدارسين وذلك فى النقاط التالية:

١ ـ تشارك المجلة ـ مع الجريدة ـ فى الدعوة للإصلاحات السياسية فى المجتمع.

٢ ـ لا تقوم المجلة بتفسير الأحداث والمسائل العامة فقط ولكنها تضع الأحداث فى أبعادها الوطنية.. وربما كانت المجلات مكملة لا منافسة لوسائل الإعلام الأخرى.

٣ ـ تساعد المجلة فى تدعيم الاتجاهات الوطنية من أجل تكوين المواطن المتجانس، كما تعمل المجلة على تدعيم الروابط الثقافية بين القراء.

٤ ـ زودت المجلة المصورة بوسيلة رخيصة للتسلية، واحتلت المجلة خصوصا ـ بعد احتوائها على المقالات المتنوعة والأخبار والتحقيقات فضلا عن الصور فى عادات القراءة مكان الكتاب بالنسبة للكثيرين.

٥ ـ المجلة معلم قليل التكاليف إذ تقدم للجمهور فى حياته اليومية الكثير من المشورة، والنصائح فهى تعطى المشورة بالنسبة للأطفال المتخلفين فى دراساتهم، وتقدم النصائح بالنسبة للمشاكل المالية أو الزوجية وكيف يمكن أن يكون الزوجان أكثر تألقا مثلا، وتوضح المجلة للناس كيف يزينون منازلهم وحدائقهم، وكيف يعدون طعاما رخيصا صحيا فى الوقت نفسه، وهى تدل السيدات على كيفية العناية ببشرتهن وقوامهن، وعلى آخر الأزياء والزينة، وغير ذلك من الأبواب ومحتوياتها.

٦ ـ المجلة معلم للجمهور فى مرانه الثقافى والحضارى فهى تصل بمقالاتها، وأخبارها الجيل الحاضر بالجيل الذى سبقه، والمجلة تحيط خزائنها بإنجازات الشعوب الأخرى وصفاتهم، وقصصهم وأنماط حياتهم، كما تذكر المجلة عادة ـ تقارير عن الكتب الحديثة التى صدرت أو نبذة صغيرة عنها، وكذلك عن المسرحيات أو «الأفلام»، و«الأسطوانات» «الموسيقية» أى أنها تحث القارئ على أن يكتشف، ويتقصى مصادر أخرى من المعلومات(٥).

ويمكن فى النهاية القول إن إحدى مميزات المجلة الحديثة، هى فى تقديمها لألوان مختلفة من المعلومات والتسلية، والخدمات، ومحاولة من خلالها أن ترضى أذواق قطاعات كثيرة من القراء، ولقد استطاعت المجلات الكبرى المتعددة النشاط أن تحقق رغبات القراء وأن تحتوى اهتمامهم بها. وهذا هو الاتجاه الحديث للمجلات المعاصرة.

هوامش الفصل الأول

(١) عبداللطيف حمزة، **المدخل فى فن التحرير الصحفى**، دار الفكر العربى، ط٤ ١٩٧٠ ص ٣٦٠.

(٢) إجلال خليفة، **الصحافة**، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، ١٩٧٦، ص ٧٧.

(٣) عبدالعزيز الدسوقى، عبدالغنى حسين: **روضة المدارس**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٧٥، ص٩٠.

(٤) سامى عزيز، **فن المجلة**، القاهرة ١٩٧٥، ص١٨.

(٥) فاروق أبوزيد، **مدخل إلى علم الصحافة**، عالم الكتب، القاهرة ١٩٨٦م، ص١٧٢.

(٦) شعبان خليفة، **الدوريات فى المكتبات ومراكز المعلومات**، (دار العربى للنشر والتوزيع)، القاهرة، ص٥.

(٧) فاروق أبوزيد، مرجع سابق، ص١٧٢.

Steinberg. S.H.,ive **Hundred Years of printing** (Apecllcan Book) London 1961 p. 32 37.

(٨) محمد سيد محمد، **اقتصاديات الإعلام**، مكتبة كمال الدين، القاهرة، ص٢٧.

(٩) سامى عزيز، **فن المجلة**، القاهرة، ص ١١٢.

(١٠) ليلى عبدالحميد، وآخرون: **وسائل الاتصال**، دار زهران للنشر والتوزيع، جدة ط!، ١٤١٤هـ ـ ١٩٩٣/ ص١٧٣.

(١١) المرجع السابق ص ١٧٣.

(١٢) وارن: ك. اجى، وفيليب هـ. أولست، وإيدوين إيمرى، (ترجمة ميشيل تكلا) **وسائل الإعلام** (صحافة. إذاعة. تليفزيون)، مكتبة الوعى العربى، ١٩٨٤، ص٢٠٢.

Warren k, Agee and other. **"Introdction to Mass Communication"** Happer and Row Puplishers, New York, Ninth Edition, 1988 p.169.

Fedler, Fred: **An Introduction to the Mass Media Harcourt** Jour Inc, New York, San Digo Chicago 1978 p. 351.

(١٣) محمود علم الدين، **المجلة ـ التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٤م، ص ١٦.

(١٤) محمود فياض، **«الصحافة الأدبية بمصر والاتجاهات القومية ١٤ ـ ١٩٤٠** (الجزء الأول) الجهاز المركزى للكتب الجامعية والمدرسية والتعليمية، القاهرة، ١٩٧٦، ص٢٨). (المرجع السابق ص ١٦).

(١٥) محمود علم الدين، **المجلة**، مرجع سابق ١٦.

Wolsely, Ronald E. **The magazine World-An Introduction to dsmagazie Journalism**, Prentice Hall New York, 1964 pp. 49-50.

(١٦) محمود علم الدين، **المجلة**، مرجع سابق ص ١٧.

(١٧) المرجع السابق ص ١٧.

ـ محمد سيد محمد، **ماهي المجلة الأدبية**، مجلة الدراسات الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، يناير ١٩٧٩، ص ١٩.

(١٨) محمود علم الدين، **المجلة ـ التخطيط لإصدارها** ومراحل إنتاجها العربي، القاهرة، ١٩٨٠، ص ١٩.

Wolsely, Ronald E., **Understanding Magazine p.** 139-149-150.

استفدت فى هذا الجزء من المرجع السابق.

(١٩) سمير حسين، **بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ**، بدون ناشر، مطابع دار الشعب، القاهرة، ١٩٧٥م، ص ٢٤، ٢٥.

(٢٠) المرجع السابق، ص ٢٥.

(٢١) أحمد بدر، **الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية**، دار القلم الكويت، ١٩٧٢، ص ٢٣، ٢٤.

الفصل الثانى

التخطيط لإصدار المجلة

التخطيط لإصدار المجلة

قبل التفكير فى عملية التخطيط لإصدار مجلة، لابد أن تكون هناك تحليلات أو دراسات تفصيلية تتضمن جدوى هذا المشروع، كما هو معروف عند الاقتصاديين بدراسة الجدوى، ولما كانت هذه النوعية من الدراسات لم تكن، بالأمر اليسير فى كتب الصحافة إلا ما ندر منها، وقد تحسب على أصابع اليد، وربما كانت أحادية المنشأ كناحية تخصصية ـ لأنها لا تعتمد فى دراستها على تخصص واحد من الناحية الإعلامية فلابد أن تكون ثمة مشاركات فى وحدة تنظيمية تشكل مجموعة من القواسم المشتركة التى تخرج منها المنظومة المتخصصة فى دراسة الجدوى لمشروع إنشاء مجلة متخصصة التخصص أو عامة، فلابد عندئذ أن يشارك أكثر من فريق من الفنيين والمتخصصين فى دراسة الجدوى الاقتصادية والإعلامية وهلم جرا.. ولقد توقفت عند قلة من الدراسات التحليلية والتفصيلية لجدوى مشروع

كان يتضمن كما ـ ذكرت سابقا ـ بعدا فى عملية التخطيط لإصدار مجلة.

□□□

والهدف: كما يقول الباحثون ـ لإصدار أى مجلة هو التحديد الدقيق والتفصيلى لجدوى مشروع إصدار مجلة من الناحية التسويقية والفنية الاقتصادية والصحفية، والمقارنة بين البدائل المختلفة التى يمكن أن ينفذ بها المشروع.

وهذه البدائل من وجهة نظرهم قد تكون بدائل تحريرية أى في أسلوب تحرير المجلة أو مظهرية، فى أسلوب الإخراج والقطع، أو بدائل تكنولوجية أى فى طريقة الإنتاج، أو فى نوعية المعدات أو بدائل فى موقع الإنتاج، أو فى نوعية المواد الأولية المستخدمة أو فى مصادر الحصول عليها.

□□□

وإذا نظرنا إلى عملية التخطيط لإصدار المجلة كمشروع فى ضوء بحوث العمليات Operatior Rerearch، نجدها تكون فى داخلها نظاماً أو «مجموعة من العلاقات المرتبطة والأجزاء ومتعلقاتها فى تفاعل متبادل ومتحد نحو هدف واحد» أو «مجموعة من الأجزاء المرتبطة ببعضها البعض تمام الارتباط بحيث إن أى تغيير فى أى جزء لابد وأن يؤثر فى باقى الأجزاء فلكل جزء هنا منطقه الخاص به والمنطق الخاص بكل جزء هو أن له دوره فى تحقيق الهدف النهائى، فمنطق الأجزاء منطق تحقيق نتائج، ومنطق الربط منطق تحقيق نتائج وليس مجرد تجميع تصورى أو اعتباطى.

وبتحليل عملية التخطيط لإصدار المجلة كنظام، نجده نظامًا مفتوحا يسمح بالأخذ والعطاء مع بيئته، ولهذا النظام حدوده، وكل ما هو خارجه يمثل وسط هذا النظام وبيئته[1].

□□□

وخلال الصفحات القادمة يرى الباحثون أن عملية تحليل لنظام «التخطيط لإصدار المجلة»، من خلال تحليل العلاقات المتبادلة بين أطرافه أو عناصره الثلاثة تعتبر هي المدخلات gnputo، والعملية Pwcem، ثم المخرجات أو النتائج Outputo فعملية التخطيط لإصدار المجلة تتضمن كنظام ثلاثة أبعاد أو أطراف تشمل:

أولاً: المعطيات أو المدخلات gnput وهى التحليل أو الدراسة التفصيلية لجدوى مشروع إصدار المجلة.

ثانياً: العملية Process، أو التحرك التنفيذى، وتتضمن اتخاذ مجموعة من القرارات الأساسية على المستوى التخطيطى، والتى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع، فإصدار المجلة يتضمن جوانب عدة: صحفية واقتصادية، وفنية، وقانونية، وتنظيمية وبشرية. إن عملية الإصدار تشكل نظاماً جماعياً Macro، يتكون بدوره من مجموعة من النظم التحتية أو الفرعية sulrroms أو النظم الصغيرة Micra، وهذه العملية تنتهى بأن يصدر المخطط لإصدار المجلة ـ وهو هنا رجل الإدارة الصحفية الذى يهيمن على عملية التخطيط كلها ـ مجموعة من القرارات على مستويات متعددة وفى جوانب مختلفة تحريرية وفنية وبشرية وتنظيمية واقتصادية وأخيرا قانونية بعد دراسة البدائل المختلفة.

ثالثا: النتائج أو المخرجات Outputo وهى هنا الهدف أو النتيجة النهائية المطلوبة، وتتلخص فى وضع خطة أو جدول زمنى لتنفيذ المشروع(٢).

البعد الأول فى عملية التخطيط لإصدار مجلة:

التحليل أو الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع:

والهدف هو التحديد الدقيق والتفصيلى لجدوى مشروع إصدار المجلة الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية والصحفية، والمقارنة بين البدائل المختلفة التى يمكن أن ينفذ بها المشروع.

وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريرية أى فى أسلوب تحرير المجلة أو مظهرية، فى أسلوب الإخراج والقطع، أو بدائل تكنولوجية، أى فى طريقة الإنتاج، أو فى نوعية المعدات، أو بدائل فى موقع الإنتاج أو فى نوعية المواد الأولية المستخدمة أو فى مصادر الحصول عليها.

□□□

وهنا يحتاج الأمر إلى تكاتف جهود أكثر من تخصص فى أثناء هذه الدراسة التى تتم فى إطار الخطة العامة لإنشاء المجلة ويشارك فيها خبراء من أكثر من تخصص، بينهم الصحفى والإدارى والاقتصادى والمحاسب والمهندس ورجل الإعلان ورجل التوزيع، أى أن الأمر يتطلب تكوين مجموعة عمل أو فريق خبراء يرأسهم مدير المشروع.

وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع الجوانب التالية(٣) :

١ ـ تحديد مواصفات المنتج (المجلة) المزمع إنتاجها (مصدرها) :

٢ ـ جمع معلومات من السوق وتشمل :

ـ معلومات عن حجم الطلب الداخلى والخارجى على المجلات.

ـ معلومات عن حجم الإنتاج الحالى والمستقبلى.

ـ معلومات عن الأسعار المحلية والعالمية.

ـ التنبؤ بالطلب فى المستقبل.

ـ تحديد حجم إنتاج المشروع المزمع إنشاؤه.

ـ تحديد الخطوات اللازمة لكيفية الدخول فى السوق الحالى مع توضيح سياسات التوزيع والأسعار المتوقعة ونظم البيع.

٣ ـ جمع معلومات عن النواحى الفنية :

ـ الطاقات العادية للمصنع.

ـ طريقة الطبع وخطواته، والماكينات والمعدات اللازمة.

ـ العمالة المطلوب إعدادها ومستوياتها بما فيها الإدارة.

٤ ـ متطلبات العملية الإنتاجية :

ـ المواد الأولية، والطاقة المحركة.

ـ قطع الغيار ومصدرها.

ـ أسلوب الإنتاج وخصائصه المختلفة.

ـ المنتجات الجانبية واستخدامها.

٥ ـ الإنشاء:

ـ وضع العمليات الرئيسية اللازمة فى جداول زمنية.

ـ وضع خطة تعيين العمال والموظفين وتدريبهم.

ـ المعرفة الفنية المطلوبة وكيفية الحصول عليها.

٦ ـ الموقع :

ـ تحديد الموقع المناسب لإنشاء المجلة مع ذكر الخصائص التى توفرت فى الموقع الذى تم اختياره.

٧ ـ معلومات مالية واقتصادية:

أ ـ قيمة المبيعات السنوية المتوقعة.

ب ـ مصروفات التشغيل.

جـ ـ الربح قبل الضرائب.

د ـ الهيكل المالى المقترح.

و ـ تحدى الربحية Profitability التجارية.

هـ ـ الربحية الاقتصادية.

٨ ـ إعادة تقويم التكاليف فى ضوء الأسعار الحقيقية:

وهكذا يتم تقويم فكرة مشروع إصدار المجلة، ودراسة الجداول الاقتصادية والفنية والتسويقية والمالية، ومن تعريف العمليات وتحديد مستلزمات الأعمال inputs (أو المدخلات) ومصادرها البديلة sources ونتائجها outputs (أو المخرجات) واستخداماتها uses[٤].

البعد الثانى :فى عملية التخطيط لإصدار مجلة :

اتخاذ القرارات الأساسية التى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع :

أولاً: قرارات على المستوى التحريرى:

وهى قرارات يتخذها المخطط لإنشاء المجلة، وتتحكم ـ بعد ذلك ـ فى أسلوب تصوير المجلة، وتعد بمثابة الدستور الدائم أو المرشد الذى يوجه عمل محرريها بدءاً من رئيس التحرير حتى أحدث مندوب أو محرر يدخل المجلة وتتعلق بجانبين: اختيار صيغة المجلة ووضع السياسة التحررية الأساسية.

١ ـ اختيار صيغة المجلة:

أى تخطيط لإصدار مجلة، ينبغى أن يكون فى إطار «صيغة» محددة، وكلما كانت المجلة ناجحة ومنظمة ومعدة بشكل جيد دل ذلك على أنها موظفة على أساس صيغة محددة[٥]، وهذا التصوير يكون جزءاً من عملية تجارية علمية، وقد يكون هذا التصور ناضجا أو غير ناضج، تقدميا أو متخلفا، ولكنه يعتمد على الهدف المختار أو فاعليته فى تحقيق هذا الهدف،

ويحدد عميد أساتذة فن المجلة فى الولايات المتحدة الأمريكية «رونالدى ولسلى» عدة صيغ للمجلة ـ ثبت نجاحها وأصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات فى الولايات المتحدة وهى:

١ ـ صيغة الـ Reader's Diges وحددت المجلة معايير ثلاثة لاختيار موضوعاتها.

الأول : القابلية للتطبيق، وهى أن يشعر القارئ أن الموضوع يعنيه ويمكن أن يفيده فى حياته العملية.

والثانى : الاهتمام الدائم وتعنى أن المقال المنشور ينبغى أن يستحق القراءة لعام قادم.

والثالث : البنائية التى قادت المجلة إلى أن تقوم جانباً بالمقالات التى تعكس الهزيمة، وتعنى فقط بالمقالات التى تمتلئ بالتفاؤل والنجاح والأعمال الطيبة.

٢ ـ صيغة الـ Time:

وتميز أسلوب تحرير المجلة بصياغة الأخبار بطريقة تجعل الأخبار الراكدة تبدو طازجة، وإضافة بعد ذلك تغطية أصيلة لكل حدث جديد.

٣ ـ صيغة الـ T.V. Guide:

ونجحت هذه الصيغة بشكل كبير، حتى بعد أن نشرت معظم الجرائد أبوابا مشابهة للإذاعة والتليفزيون فى أعدادها اليومية أو ملاحقها الأسبوعية.

٤ ـ صيغة الـ Life:

وطبعت Life، التى صدرت أسبوعيا، على ورق رخيص بطريقة الطباعة الغائرة وأبرزت الأخبار والمجالات المتنوعة: كالفنون والثقافة والعلوم وخاصة الأفكار الموسمية[٦].

٢ ـ اختيار السياسة التحريرية الأساسية للمجلة:

السياسة التحريرية الأساسية هى تلك الحدود والمبادىء التى من خلالها تقوم المجلة بأداء وظيفتها كوسيلة اتصال بالجماهير، وقوامها الإجراءات والقواعد والمبادىء التى أقرتها المجلة لتستهدى فى عملها، والتى ستهيمن بعد ذلك على كل وجوه العمل الصحفى أو الفن الصحفى فى المجلة[٧].

ويؤثر فى السياسة التحررية الأساسية مجموعة من العوامل يمكن إيجازها فى[٨]:

١ ـ الأحوال المالية.

٢ ـ مسئوليات المجلة تجاه المجتمع والأفراد والحكومات.

٣ ـ الطابع المتوخى للصحيفة.

٤ ـ متطلبات القراء.

٥ ـ الاجتهاد السياسى.

٦ ـ عوامل تجارية.

٧ ـ عوامل دينية.

٨ ـ عوامل عرقية واجتماعية.

٩ ـ عوامل فردية وجماعية.

١٠ـ عوامل وطنية.

١١ـ نزوات رئيس التحرير ومعاونيه.

١٢ـ النزعة الإقليمية.

١٣ـ الموضوعات المحرمة.

١٤ـ ارتباطات الناشر أو جهة النشر.

١٥ـ الحملات الصحفية.

ثانياً : قرارات على المستوى الاقتصادى:

وهذه القرارات تتعلق بتدبير الحصول على الأموال للمشروع ومراقبة استخدامها الاقتصادى الأمثل، كذلك يحتاج إصدار المجلة إلى أموال تكفى لمقابلة الأصول المتداولة، أو ما يسمى بالمصروفات المتغيرة وأهمها: ثمن الورق والأحبار والضرائب ونفقات التوزيع ونفقات الإعلان والدعاية، وكذلك ما سوف يتم إنفاقه على الاستثمارات الجدية بالتوسع فى إنشاءات جدية، وبإحلال الجديد محل القديم، وبتطوير خدماتها الصحفية، وهذه القرارات تهدف إلى اختيار نمط الملكية، وتحديد نفقات التمويل وحساب نفقات الإصدار ووضع الميزانية(٩) .

(١) اختيار نمط الملكية[١٠] :

١ ـ الملكية الفردية:

وهو نمط أكثر شيوعا فى المجلات والجرائد الأسبوعية.

المميزات :

١ ـ رئيس التحرير المالك له السيطرة على صحيفته.

٢ ـ حرية المالك فى كل قراراته، التى تتعلق بسياسات الصحيفة تحريرياً وتجارياً.

٣ ـ يحصل المالك على كل الأرباح من عمله.

٤ ـ يرتبط المالك فى ذهن القارىء بصحيفته، ويصبح الإثنان شيئًا واحداً.

العيــوب :

١ ـ الملكية الفردية ليست قابلة للتحول إلى عمل تجارى متسع.

٢ ـ كل الديون توضع على عاتق المالك الفردى.

٣ ـ نجاح الصحيفة يعتمد بشكل كبير على قدرة مالكها ومركز ثقته.

٤ ـ من الصعب الحصول على القروض والمنح والمساعدات طويلة الأجل.

(٢) ملكية المشاركة:

١ ـ تسمح بجمع جهود أموال وأشخاص ذوى مواهب وقدرات اقتصادية مختلفة.

٢ ـ قد يزيد رأس المال نتيجة السماح لأشخاص آخرين بالمساهمة فى الاستثمار.

٣ ـ قد تحل الشركة، أى لا تستمر، فى أى وقت بوفاة أى شريك أو انسحابه أو بيع أى طرف نصيبه.

٤ ـ من الصعب الحصول على اتفاق طويل المدى فى بعض الأحيان.

٥ ـ الشريك غير المسئول بشخصه، أو علاقات عمله، قد يعرض الشريك الآخر أو الشركاء الآخرين لأضرار.

(٣) ملكية الشركة :

وهو نمط أكثر شيوعاً فى الجرائد اليومية. عنه فى الجرائد الأسبوعية أو المجلات.

(٤) ملكية السلاسل أو ملكية الجماعة:

وتشبه بعض فروع الصناعة والتجارة، حيث نجد سلاسل من الجرائد أو المجلات أو كليهما، وتقوم بتدعيم استثمارات اقتصادية وأوامر واتجاهات تحريرية، وتوجيه إدارى، وتأخذ أكثر من شكل.

(٥) ملكية العاملين:

تسمح خطة الملكية المحددة بواسطة بعض الناشرين فى صحف حديثة، للعاملين بشراء أسهم فى الشركة التى تدير الصحيفة، وفى بعض الأحيان يمتلك العاملون غالبية الأسهم ويتحكمون فى سياسات الصحيفة.

(٦) الملكية الرسمية :

وتعنى أن تكون الصحيفة - جريدة أو مجلة - ملكية عامة، فشركة - على سبيل المثال - تمتلك وتدير جريدة كبيرة فى مدينة، وقد تمتلك وتدير مجلتين ومحطة للإذاعة، ومصنعاً للورق، وشبكة للنقل، ووكالات للأنباء والإعلان، وهذه المؤسسات المختلفة تشارك أو تساهم فى نجاح الصحيفة.

(٧) الملكية التعاونية :

نظام للعمل التعاونى بين صحيفتين مختلفتين فى نمط الملكية خلال نفس المجتمع، ويتجه إليها الآن بعض الناشرين لتقليل نفقات الصيانة والإدارة والتشغيل.

٢ - تحديد مصادر التمويل:

المجلة مثلها مثل أى نتاج ثقافى أو إعلامى، وينتج بواسطة وسائل الاتصال بالجماهير، وهى سلعة تطرح فى السوق لتباع وتربح، ويمكن تمويل وسائل الاتصال بالجماهير أو المؤسسات الثقافية أو الإعلامية ومنها المجلة من خلال أربعة مصادر رئيسية(١١) هى:

المصدر الأول : التوزيع.

المصدر الثانى : الإعلان.

المصدر الثالث : الاشتراكات.

المصدر الرابع : الدعم الرسمى.

١ ـ رأس المال.

٢ ـ القروض.

٣ ـ التسهيلات الائتمانية.

٤ ـ ما تمنحه الدولة من إعانات أو ما تخصصه من اعتمادات(١٢).

(٣) حساب نفقات الإصدار ووضع الميزانية التقديرية:

فى حساب نفقات إصدار مجلة تُعالج ناحيتين:

الناحية الأولى تتعلق بالتحرير، والناحية الثانية تتعلق بالصناعة:

وتتكون المجلة الصناعية من نوعين من النفقات ـ كأى نشاط صناعى آخر ـ وهما:

(أ) النفقات الثابتة وتشمل:

١ ـ الجمع ٢ ـ النقش التصويرى ٣ ـ التوازن (اللصق).

(ب) النفقات المتغيرة وتشمل:

١ ـ الورق ٢ ـ الطباعة ٣ ـ التغليف ـ التجليد ٤ ـ النقل

ثالثاً : قرارات على المستوى الفنى:

١ ـ التصميم الأساسى للمجلة:

التصميم الأساسى لمجلة ما يتكون من تلك العناصر التى تتعلق بالمظهر وهى تبقى ثابتة نوعا ما، وينبغى أن يبقى كذلك لفترة وإلا فإن القارئ لن يتعرف بسهولة على صديقه القديم(١٣).

٢ ـ اختيار نوع الطباعة:

اتساع نطاق عمليات الطباعة، فهناك عوامل نستطيع عن طريقها، تقدير أى أنواع الطباعة صالح ومناسب ومثالى لطباعة مجلة ما، وتشمل هذه العوامل:

١ ـ إمكانية الحصول عليها.

٢ ـ التكلفة.

٣ ـ آخر موعد لوصول المواد إلى المطبعة.

٤ ـ عدد النسخ.

٥ ـ نوع الورق.

٦ ـ استعمال الصور.

٧ ـ مستوى الجودة.

**من أنواع الطباعة الثلاثة لطبع مجلة وفقاً للعوامل السابقة :

(١) الطباعة من السطح البارز:

وأهم سمات الطباعة من السطح البارز[١٤] :

* قدرة على الطباعة من الجمع اليدوى أو الآلى للحروف.
* قبول للورق من أى سمك ابتداء من أرق الأنواع إلى أسمكها.
* قدرة على الطباعة قصيرة المدى من حروف وكليشيهات.
* استخراج التجارب (البروفات) رخيصة نسبياً.

(٢) الطباعة من سطح الغائر:

وأهم سمات الطباعة من السطح الغائر:

* كفاءة عالية، وطباعة سريعة للمواد المطبوعة الملونة وغير الملونة.
* كفاءة متسقة خلال الدوران.
* تعطى نتائج جيدة فى الألوان والأسود والأبيض عن كل أنواع الطباعة.
* التصحيحات تكلفتها عالية لأنها تتطلب لوحا معدنيا جديدا.
* التجارب (البروفات) تكون أعلى تكلفة عنها فى كل من الطباعة من السطح البارز أو الأملس.
* تعطى تأثيرا قويا فى الدرجات اللونية المستمر.

(٣) الطباعة من السطح الأملس

وأهم سمات الطباعة من السطح الأملس[١٥] :

* القدرة على طبع مطبوعات من أحجام متنوعة.
* تتطلب مزيدا من الانتباه عن الطباعة البارزة أو الغائرة.
* اللوحات الطباعية تكون أقل تكلفة.
* اللوحات الطابعة يمكن أن تطبع من سلبيات الفيلم أو إيجابياته.
* تعطى المصمم حرية إبداعية وتنويعا كبيرا.

(٣) اختيار أسلوب الجمع:

هناك أربعة أساليب لجمع الحروف فى أى مطبوع صحفى وهى:

١ ـ الجمع اليدوى.

٢ ـ الجمع الآلى.. وهناك أربع آلات شهيرة للجمع الآلى:

(أ) آلة التبويب.

(ب) آلة المونوتيب.

(جـ) آلة الترتيب.

(د) آلة لدلو.

٣ ـ الآلة الكاتبة.

٤ ـ الجمع التصويرى[١٦] .

(٤) إختيار نوع الورق:

يشكل الورق عنصرا أساسيا فى العملية الطباعية: فميكانيكيا إنتاج المجلة مثلها فى ذلك مثل أى مطبوع آخر تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية: الحروف والكليشيهات (السطح الطابع) والحبر والورق[١٧].

الورق المستعمل فى الطباعة:

هناك خمس فئات رئيسية للورق الذى يستعمل فى الطباعة هى:

الفئة الأولى: ورق الجرائد.

الفئة الثانية: ورق الكتاب.

ويضم ورق الكتاب عدة أنواع منها:

١ ـ الورق المشطب آليا.

٢ ـ الورق البالغ الصقل.

٣ ـ الورق المرتب حسب حجمه والبالغ الصقل.

٤ ـ الورق المصقول اللامع.

٥ ـ الورق الأوفست.

٦ ـ الورق العتيق.

٧ ـ الورق الإنجليزى المصقول.

٨ ـ الورق المصقول الخصوصى.

الفئة الثالثة: الورق والكتابة.

الفئة الرابعة: الورق المقوى.

الفئة الخامسة: الورق الشيشت.

الورق المستعمل فى طباعة المجلة:

تطبع المجلات على ثلاثة أنواع فقط أو فئات من بين الفئات الخمس السابق الإشارة إليها وهى: ورق الجرائد وورق الكتاب والورق المقوى.

وجسم المجلة أو صفحاتها الداخلية أو المتن:

يطبع من ورق الجرائد أو من ورق الكتاب خاصة الورق العتيق، والورق المشطب آليا والورق البالغ الصقل، والورق المصقول اللامع والورق المصقول الخصوصى وبعض الدوريات الصغيرة التى لا تزود أغلفتها بالصورة، تستعمل جسم ورق المجلة نفسه فى طبع الغلاف.

(٥) اختيار نوع الحبر:

الحبر هو أحد عناصر ثلاثة ـ كما سبق أن بيّنّا ـ مع الورق والسطح الطابع تشكل أساس العملية الطباعية ميكانيكيا، وقد عرفت أحبار الطباعة ـ فى أصولها الأولى ـ منذ فترة طويلة، قبل اختراع جوتنبرج للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة.

وهناك مكونات ثلاثة أساسية للحبر الطباعى:

(أ) الصبغة (ب) الحامل (جـ) المجفف.

التقسيم الشائع لأنواع الحبر الطباعى هو:

١ ـ حبر طباعة الجرائد.

٢ ـ حبر الشغل.

٣ ـ الحبر الغليظ.

٤ ـ حبر الظلال.

٥ ـ حبر الغلاف.

المعلومات الفنية الأساسية المطلوبة للتخطيط للمجلة:

وفى حالة وجود، أو شراء، أو تأسيس مطبعة خاصة بالمجلة، تنقل هذه القرارات الفنية التى تم التوصل إليها إلى المسئولين عن هذه المطبعة والأقسام الفنية المختلفة فى المجلة للتنفيذ.

□□□

وتلخص فيها المواصفات الفنية أو الشكل الفنى للمجلة الذى يعد النتاج العلمى أو التطبيقى لتلك القرارات الأساسية التى اتخذها المخطط لإصدار المجلةعلى المستوى الفنى وهى التى تحدد:

١ ـ حجم المجلة

٢ ـ عدد الصفحات لكل طبعة.

٣ ـ عدد الطبعات فى السنة.

٤ ـ عدد النسخ من كل طبعة.

٥ ـ أبعاد المادة المطبوعة (بالكور).

٦ ـ العدد التقريبى للمواد المصورة سواء كانت صورا ظلية أو خطية.

٧ ـ عدد ألوان الحبر للصفحات الداخلية والغلاف.

٨ ـ الحروف والأبناط المطلوبة: الأنواع والأحجام.

٩ ـ الورق : حجمه ونوعه ووزنه، بالنسبة للصفحات الداخلية وللغلاف.

١٠ ـ التجليد: هل هناك غلاف خارجى من ورق المجلة نفسها، أو من ورق من نوع آخر؟

١١ ـ التجارب (البروفات) : العدد والنوع، سواء كانت بروفات جالية (سلخ) أو بروفات صفحات.

١٢ ـ أسلوب التوزيع: أين وسوف يتم تسليم النسخ المطبوعة من المجلة؟ ولمن وبأى أسلوب؟ هل سيرسلها الطابع بالبريد؟[١٨].

رابعا: قرارات على المستوى البشرى:

الأفراد هم الأساس فى أى مشروع، وتزداد أهميتهم فى المجلة كمشروع صحفى تجارى وصناعى فى الوقت نفسه، وتتوقف احتياجات المجلة من العنصر البشرى على أساس حجم النشاط المتوقع، بعد تقدير الطلب على الإنتاج وحجمه (عدد النسخ المتوقع توزيعها من المجلة) وحجم المشروع والبناء المادى والبشرى الذى سيخرج المجلة، ويتم اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى فى المجلة ـ كمؤسسة صحفية ـ من إداريين وفنيين ومحررين على مرحلتين أو فترتين.

(أ) فترة الإنشاء.

(ب) فترة التشغيل.

ويمكن الحصول على العنصر البشرى أو الأفراد اللازمين لمجلة عامة، من عدة مصادر من بينها(١٩).

١ ـ من بين العاملين فى المنشآت القائمة التى تماثل المشروع فى طبيعة نشاطها، أى مؤسسة صحفية أخرى، تصدر مجلات مثلاً.

٢ ـ الاتجاه إلى مكاتب العمل أو القوى العاملة، وسؤالها عن ترشيح عدد من العاملين بالمواصفات المطلوبة للترشيح.

٣ ـ الإعلان فى الجرائد اليومية ـ وخاصة فى الإعلانات المبوبة ـ عن طلب عاملين بالمواصفات المقررة.

٤ ـ الاتصال بالجامعات والمعاهد الدراسية الملائمة ـ ككلية الإعلام وأقسام الصحافة بالجامعات ـ وطلب ترشيح عدد من خريجيها ثم إجراء الاختبارات لهم.

٥ ـ استيراد ذوى الخبرات من خارج الدولة، إذ لم يتوافر لها العاملون الفنيون المناسبون، ويكون ذلك عن طريق الاتصال بالمنشآت الأجنبية.

مصادر المادة الصحفية فى المجلة:

والحديث عن القرارات التى يصدرها أو يدرس المخطط لإصدار المجلة أسلوب التخطيط لإصدارها يرتبط بالحديث عن المصادر التى تحصل منها المجلة بشكل عام على المواد الصحفية من مواد مكتوبة ومواد مصورة (صورة فوتوغرافية ـ رسوم) والتى تنقسم إلى نوعين:

أولاً : المصادر الداخلية:

هى ناشرو المجلة، ورؤساء التحرير، وكتابها، وأعضاء الجهاز التحريرى.

ثانياً: المصادر الخارجية:

وهم الكتاب الأحرار الصحافيون، والمصورون، والرسامون، الوكالات المختلفة، القراء، مكاتب الإعلانات، المصادر الإعلانية الأخرى.

المحرر فى المجلة:

المحرر فى المجلة، لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريرى Staffim emger (أو هيئة التحرير)، وقد يكون هذا المحرر رئيساً للتحرير أو مراجعاً، أو سكرتيراً للتحرير، أو مندوباً إخبارياً، أو مشرفاً فنياً، أو مخرجاً صحفياً، وهناك اتجاهان فى مؤهلات محرر المجلة وأسلوب إعداده للعمل الصحفى:

الأول: يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ عمله فى جريدة يومية، ثم جريدة أسبوعية عامة، حتى يستوعب العمل الإخبارى، ثم ينتقل بعد ذلك إلى العمل فى المجلة، لأن عمله فى مجلة من البداية سيفقده الحس الإخبارى.

والثانى: يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ فى المجلة، ولا يكتفى بالعمل فى قسم التحرير فقط، بل فى إدارات التوزيع والإعلان والمطابع والإدارة العامة، حتى يكتسب خبرة ويفهم كيف يدور العمل فى المجلة.

خامساً: قرارات على المستوى التنظيمى:

١ - تنظيم المؤسسة الصحفية (التنظيم كعملية):

عبارة عن وضع نظام علاقات بين أشخاص منسق إدارياً من أجل تحقيق هدف مشترك[٢٠].

الأول: الأسلوب الهرمى أو الخطى:

الذى تصدر فيه السلطة بواسطة الترتيب أو الألقاب.

الثانى: الأسلوب الوظيفى:

حيث تكلف السلطة حسب مستويات العمل أو الواجبات الخاصة.

الثالث: الإنتاج الخطى:

والإنتاج: هو مزيج من النظامين السابقين وتتدرج الرقابة فيه من أسفل إلى أعلى.

وفى بعض المجلات الصغيرة، التى ليس لها مطبعة خاصة لانجد إلا قسماً للتحرير (مكاتب) فقط تكون مسئولة عن الأخبار والموضوعات والإعلانات، أما «الأعمال الميكانيكية» فيعهد بها إلى مطبعة خارجية يتم التعاقد معها.

١ ـ المكاتب (التحرير والإعلانات).

٢ ـ الورشة (الأعمال الميكانيكية).

وإذا انتقلنا إلى المؤسسات المتوسطة والكبيرة نجد أنها تتكون فى العادة من خمسة أقسام أو إدارات يعمل فيها أفراد تدربوا تدريباً خاصاً سواء عن طريق الدراسة المنظمة أو عن طريق الخبرة وهى:

١ ـ قسم التحرير.

٢ ـ القسم التجارى.

٣ ـ القسم الميكانيكى.

٤ ـ القسم الإدارى.

٥ ـ قسم الترويج والتنمية(٢١).

وقد تتكون الصحيفة أو المجلة من ثلاثة أقسام رئيسية هى:

١ ـ قسم التحرير:

ويضم رئيس التحرير ونوابه ومدير التحرير ورؤساء الأقسام والمحررين ويتبع رئيس التحرير إدارات المراجعة والتصحيح والمعلومات، وسكرتارية التحرير الفنية وقسم التصوير.

٢ ـ القسم الإدارى:

ويرأسه مدير عام ويضم الإعلانات وإدارة التوزيع والاشتراكات وإدارة المشتريات وإدارة شئون العاملين.

٣ ـ القسم الفنى:

المطبعة، حجرة الجمع، القسم الهندسى(٢٢).

(٢) تصميم الخريطة التنظيمية أو الهيكل التنظيمى للمؤسسة :

(الخريطة التنظيمية) :

هى شكل يصور الهيكل التنظيمى الذى يقوم عليه البنيان التنظيمى لأى منشأة أو منظمة، أو هى الشكل الذى يبين وضع كل عضو بالجماعة بالنسبة لغيره والعلاقات التى تربط الأعضاء بعضهم ببعض

حتى ينجز العمل الذى قسمته الجماعة بنفسها - أو رسم لها - بأكبر قدر من الكفاءة؛ إذ يقوم كل عضو بما يخصه من ذلك العمل فى انسجام تام مع باقى الجماعة، الأمر الذى توضحه الخريطة بصورة مرئية.

والمفردات:

هى أشكال هندسية كالمربع أو المستطيل أو الدائرة، ويعبر كل شكل منها عن فرد له أهمية فى البنيان التنظيمى، أو عن جهاز من أجهزة ذلك البنيان، وفى بعض الأحيان يراعى مصممو الخرائط التنظيمية أن تكون مساحة الشكل الهندسي متناسبة مع أهمية الفرد أو الجهاز ومع الموقع فى المستويات الإدارية التى يتكون منها التنظيم.

الخطوط:

فمنها ما يكون رأسياً وأفقياً أو مائلاً، وهى تعبر عن علاقات السلطة من أعلى أو علاقات المشاركة والتعاون بين الأجهزة التى تقع فى مستوى واحد أو العلاقات الاستشارية بين الأجهزة الواقعة فى مستويات مختلفة(٢٣).

وكمثال للهيكل التنظيمى أو الخريطة التنظيمية لمؤسسة صحفية كبيرة تصدر مجلة.

سادساً: قرارات على المستوى القانونى:

بعد أن يستقر المخطط على الشكل العام للمشروع، ويبدأ كيانه المادى والبشرى فى الوضوح، وفى بعض الأحيان قبل ذلك - يبدأ فى

اتخاذ بعض القرارات أو الإجراءات التى تعطى لهذا المشروع الصحفى صغير الحجم أو متوسط أو كبير الذى ستصدر به المجلة، الكيان القانونى الذى يلائمه، وذلك عن طريق: اختيار الشكل القانونى للمشروع، والحصول على ترخيص أو موافقة على إصدار المجلة.

اختيار الشكل القانونى للمشروع:

وتأسيساً على ذلك، يمكن القول إن المجلة كمشروع صناعى وتجارى يمكن أن تصدر فى شكل قانونى من بين الأشكال القانونية المختلفة للمشروع والتى يمكن الاختيار من بينها وهى(٢٤):

أولاً : المشروع الفردى:

ثانياً : شركات الأشخاص:

١ـ شركة التضامن .

٢ ـ شركة التوصية البسيطة.

٣ ـ شركة ذات مسئولية محدودة.

٤ ـ شركة خاصة.

ثالثاً : شركات الأموال :

١ ـ الشركة المساهمة.

٢ ـ شركة التوصية بالأسهم.

رابعاً: المشروعات العامة:

١ ـ وزارة أو مصلحة حكومية.

٢ ـ أجهزة السلطات المحلية.

٣ ـ المشروع المختلط (عام غير كامل).

٤ ـ المؤسسة العامة.

خامساً : الجمعيات التعاونية :

خطوات إصدار الصحف (جرائد ومجلات) :

ـ يجب على كل من يريد إصدار صحيفة جديدة أن يقدم إخطاراً كتابياً إلى المجلس الأعلى للصحافة موقعاً عليه من الممثل القانونى للصحيفة يشتمل على اسم ولقب وجنسية ومحل إقامة صاحب الصحيفة واسم الصحيفة واللغة التى تنشر بها وطريقة إصدراها وعنوانها واسم رئيس التحرير وعنوان المطبعة التى تطبع فيها الصحيفة.

وفى حالة أى تغيير يطرأ على البيانات التى تضمنها الإخطار بعد صدور الترخيص يجب إعلان المجلس الأعلى للصحافة كتابة بهذا التغيير قبل حدوثه بثمانية أيام على الأقل إلا إذا كان هذا التغيير طرأ على وجه غير متوقع وفى هذه الحالة يجب إعلانه فى ميعاد غايته ثمانية أيام على الأكثر من تاريخ حدوثه.

ـ ويعاقب الممثل القانونى للصحيفة عند مخالفة هذه المادة بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين فضلاً عن الحكم بتعطيل الصحيفة مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تجاوز سنة.

ـ ويصدر المجلس الأعلى للصحافة قراره فى شأن الإخطار المقدم لإصدار الصحيفة خلال مدة لا تجاوز أربعين يوماً من تاريخ تقديمه إليه ويعتبر عدم إصدار القرار فى خلال المدة سالفة البيان بمثابة اعتراض من المجلس الأعلى للصحافة على الإصدار.

وفى حالة صدور قرار برفض إصدار الصحيفة يجوز لذوى الشأن الطعن فيه أمام محكمة القيم خلال ثلاثين يوماً من تاريخ الإخطار بالرفض.

ـ وفى حالة عدم صدور الصحيفة خلال ثلاثة شهور تالية للترخيص، أو إذا لم تصدر بانتظام خلال ستة أشهر اعتبر الترخيص كأن لم يكن، ويعلن القرار إلى صاحب الشأن.

ـ وتعتبر الموافقة على إصدار صحيفة امتيازاً خاصاً لا تنتقل ملكيته بأية صورة من صور نقل الملكية.

وكل تصرف يتم بالمخالفة (لهذا الحكم) يعتبر باطلاً، ويعاقب المخالف بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز ألف جنيه فضلاً عن الحكم بإلغاء ترخيص الصحيفة.

البعد الثالث فى عملية التخطيط لإصدار مجلة:

وضع الخطة أو الجدول الزمنى للتنفيذ:

وعملية وضع جدول زمنى للمشروع، أو الجدولة الزمنية، لإصدار المجلة هنا هى: تحديد الوقت النسبى الذى يجب أن تبدأ فيه العمليات أو المراحل المختلفة وتضع الهدف الزمنى المطلوب تنفيذه، ومن الممكن أن تتم دون الإشارة إلى يوم معين، ومن الناحية العملية من الأفضل أن يتم وضع أيام معينة كأيام بدء وأيام انتهاء(٢٥).

وتبدو أهمية الجدول الزمنى فى المشروعات أو العمليات الإنتاجية التى تتم فى عدة مراحل وهو ما ينطبق على عملية إصدار المجلة.

وعلى ذلك فلابد أن يضع المخطط لإصدار المجلة، أو إدارة المجلة بالإضافة إلى هيئة تحريرها كشفاً يوضح العمليات المطلوب تنفيذها مبيناً بصفة خاصة موعد الابتداء وموعد الانتهاء لكل عملية تقرر تنفيذها، وبهذا يربط العمليات المختلفة من أجل تحقيق هدف محدد(٢٦).

فإذا انتهت إدارة المجلة من البعدين الأولين لعملية التخطيط لإصدار المجلة وهما: الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع واتخاذ القرارات الأساسية فى عملية الإصدار، بقى أن يوضع الجدول الزمنى لإصدار المجلة.

□□□

هوامش الفصل الثانى

(١) فريد راغب النجار: **تحليل الشبكات لتخطيط وجدولة ومراقبة المشروعات**، وكالة المطبوعات، الكويت ١٩٧٩م.

(٢) على رفاعة الأنصارى: **استراتيجية المشروعات، سياسات إدارية** مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٦م.

(*) محمد يسرى قنصوه، أحمد رشيد: **التنظيم الإدارى وتحليل النظم**، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٢م.

(٣) محمود سلامه عبدالقادر، **دراسات الجدوى وتقييم المشروعات الصناعية**، وكالة المطبوعات، الكويت ١٩٧٩م، ص٢٩، ٣١.

(٤) فريد راغب النجار، مرجع سابق، ص ٢٩.

(٥) ولسلى رونالدى: **مفهوم المجلات**، ص٤٥ إلى ٥٠.

(٦) محمود فياض: **الصحافة الأدبية بمصر والاتجاهات القومية: ١٩١٤ - ١٩٤٠م**، الجزء الأول، الجهاز المركزى للكتب الجامعية والمدرسية والتعليمية، القاهرة ١٩٧٦م، ص٢٨.

(٧) توماس بيرى: **الصحافة اليوم**، ترجمة مروان الجبرى، مؤسسة بدران للطبع والنشر، بيروت ١٩٧٤م، ص٢٥٧، ٢٥٨.

(٨) توماس بيرى: مرجع سابق، ص٢٦٠، إلى ٢٨٢.

(*) زكى محمود هاشم: **الإدارة العلمية**، وكالة المطبوعات، الكويت ١٩٧٨م، ص٣٦٩، ٣٧٠.

(٩) تم الاعتماد فى عرض الأنماط الشائعة للملكية فى المجلة على التصنيف الكلاسيكى لأنماط الملكية الصحفية الذى أورده كل من فرانك. و. راكز. وهير برت وليفر، فى كتابهما (**إدارة وتنظيم الصحافة**).

(١٠) جولدنج بيتر: **الوسائل الجماهيرية**، لمجموعة لونج مان، لندن ١٩٧٢م، ص٤٤ إلى ٤٨٠.

(١١) محمود عساف: **أصول الإدارة**، مكتبة عين شمس، القاهرة ١٩٧٦م، ص٢٨٩.

(١٢) فاروق محمود الهيثمى: **تخطيط المشروعات الصناعية**، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٦٩م، ص٨٠.

(١٣) سمير حسين: **تطوير الإعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم**، القاهرة ١٩٦٩م، ص٦٨٦.

(١٤) سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص٦٨٧.

(١٥) أحمد حسين الصاوى: **طباعة الصحف وإخراجها**: دار القومية للطباعة والنشر، القاهرة ١٩٦٥م، ص٢١ إلى ٥٥.

(١٦) صليب بطرس: **إدارة الصحف**، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٤م.

(١٧) محمود عساف: **أصول الإعلان**، مكتبة عين شمس، القاهرة ١٩٧٥م.

(١٨) جرامب سبنسر: **أساس الصحافة**، ميجروهيل للكتب، أمريكا ١٩٧٤م، ص٢٣٤.

(١٩) محمود عساف: مرجع سابق، ص١٣٦.

(٢٠) سيد الهوارى: مرجع سابق، ص١٣٦.

(٢١) خليل صابات: فن إدارة الصحف وتنظيمها، بغداد ١٩٧٥م.

(٢٢) إجلال خليفة: الصحافة، دار الطباعة الحديثة القاهرة ١٩٧٦م، ص٦١ إلى ٦٥.

(٢٣) محمود عساف: أصول الإعلان، مكتبة عين شمس، القاهرة ١٩٧٥م، ص٤٠.

(٢٤) زكي محمود هاشم: الإدارة العلمية، وكالة المطبوعات، الكويت ١٩٧٨م، ص٣٥٩.

(٢٥) سيد الهواري: مرجع سابق، ص١٢٠، ١٢١.

(٢٦) فريد راغب النجار: تحليل الشبكات لتخطيط وجدولة ومراقبة المشروعات وكالة المطبوعات، الكويت ١٩٧٩م، ص٣٦

الفصل الثالث

فنون تحرير المجلة

فنون تحرير المجلة [1]:

إن الكتابة للمجلة هى نوع من الكتابة غير الخيالية الواقعية التى تعتمد على المعلومات الواقعية غير الخيالية، والتى تتخذ قالبا لها: الافتتاحية، الخبر بأشكاله، المقال، الحديث، التحقيق، العمود الصحفى، وبعض المواد والأشكال الأخرى مثل، الركن الثابت، الحملة الصحفية.. وتسمى كلها أشكال التحرير الصحفى أو أنماطه فى المجلة وإن كان هذا لايمنع من وجود بعض أنواع الكتابة الخيالية فى المجلة مثل: القصة والأقصوصة والشعر و«المسرحية»، الخواطر والتأملات و... إلخ.

□□□

المرحلة الأولى: التفكير والتخطيط.. ثم جمع المادة:

يبدأ المحرر فى التفكير فى موضوع معين بمجرد دراسته، ثم يطور هذه الفكرة، بعد دراستها من كل أبعادها، ويحدد الأفكار الفرعية المنبثقة منها،

ويستعرض المعالجة السابقة لهذا الموضوع، والأسلوب الجديد لمعالجته، ويراجع المصادر المختلفة للموضوع، ويجرى بعض المقابلات للحصول على معلومات وفى النهاية قد يضيق أو قد يوسع نطاق موضوعه.

المرحلة الثانية : إعادة التفكير... أو الصراحية:

وفيها يعيد المحرر النظر فيما جمع من مادة وما وضع من تصميم، وقد يعيد هذا التصميم، ويضع إطاراً عاماً جديداً للموضوع، ويحدد الأفكار الرئيسية النهائية، ويكمل الأفكار الناقصة، ويفكر فى أسلوب الكتابة.

المرحلة الثالثة: الكتابة.. أو وضع الأفكار على الورق:

وتشمل عملية الكتابة وضع الرسالة فى لغة على الورق، وتشمل إبراز بعض الأفكار وتنظيم المادة، بإضافة بعض الأفكار، وحذف الأخرى، بعد اختيار الشكل الصحفى المناسب والسعى من أجل أسلوب قوى يناسب المجلة: كوسيلة اتصال ويتفق مع سمات جمهور القراء، ونوعية الموضوع المعالج فالمجلة بحكم وقوعها فى منتصف الطريق بين الجريدة بأسلوبها السهل البسيط، والكتاب بأسلوبه العميق العلمى المحدد أو الأدبى المسترسل، تستعمل لغة أو أسلوبا أبعد من لغة الجريدة اليومية وأقرب إلى لغة الكتاب، ويختلف البعد أو القرب حسب نوع المجلة، وسمات قرائها.

والأسلوب الجيد فى المجلة يتميز بـ :

- الوضوح وهو الكتابة السهلة المفهومة، حتى يفهم القارئ مايريد الكاتب أن يقوله.

ـ والقوة التى تتحقق عن طريق بذل الوسائل التى تشحن من ذهن القارىء وتحركه لكى يكون له المزيد من الإدراك والأهمية والشغف، فما يمنح الأسلوب قوة هو أى شىء.. تكون له القدرة على إيقاظ العقل وتحديه.

ـ الجمال أو السلاسة وهو ليس الزخارف أو المحسنات البديعية أو اللفظية بل سلاسة التعبير وانسياب الكلمات والجمل والفقرات فى هدوء.

ـ والمذاق وهو أن تظهر روح الكاتب فيما يكتب.

وبشكل عام يميل أسلوب المجلة إلى الاهتمام بالشكل إلى جانب المضمون، واللفظ يختار بعناية، ولا يكتفى المحرر بالوصف الواقعى للإنشاء.. بل يميل الأسلوب أكثر إلى اللغة الأدبية.

وعلى محرر المجلة ألا يقلد أسلوب كاتب آخر، فليس فى استطاعة إنسان ما أن يقلد آخر أو يأخذ سماته ويستعير تفكيره ومكانه، بل يستفيد منه فقط، حتى لا ينتهى إلى صورة مشوهة منه.

وينبغى على محرر المجلة أن يتجنب الرتابة فى الأسلوب، وأن ينوع فى نغمته، ولا يخاف من الاستعانة باللغة العامية أو استعمال بعض الحكم والأمثال، وكذلك عليه تجنب الصيغ أو الكليشيهات المحفوظة التقليدية فى العناوين أو المقدمات أو فى متن الموضوع.

المرحلة الرابعة: التحرير.. أو إعادة الكتابة أو الصقل :

وتشمل إعادة صياغة أو كتابة المادة الصحفية، وصقل بعض فقراتها وعناوينها الفرعية والمقدمات والخاتمة مثلا..

المرحلة الخامسة : المراجعة النهائية للنص المحرر:

وتشمل إعادة مراجعة ماتم فى المرحلة السابقة، والصقل النهائى لها، وإعداد هذه المادة المكتوبة فنيا للنشر فى مجلة (ترسل إلى سكرتير التحرير الذى يرسلها بعد ذلك إلى قسم الجمع...).

المرحلة السادسة : دراسته رد الفعل.. أو إعادة التقويم:

وتأتى بعد النشر، وتشمل دراسة ردود فعل الموضوع لدى القراء.. بعد الحصول على الانطباعات الأولى عنه من القراء، أو المصادر، أو الزملاء، أو الأصدقاء، ثم إعادة تقويم الأسلوب فى ضوء ذلك، والاستناد إلى ذلك مستقبلا.

الأشكال أو القوالب الصحفية فى المجلة :

الافتتاحية :

وهى أحد أشكال المقال، ويطلق عليه دارسو المقال أكثر من تسمية قد يسمونه (المقال المتقدم أو القائد) باعتبار أنه يتقدم غيره من أنواع المقال الأخرى، بمعنى أنه مقال قيادى، وقد يسمى بمعنى آخر أنه مقال يكتبه رئيس التحرير يعبر به عن رأى الصحيفة، وقد يكتبه شخص آخر تحت مسئوليته.

والافتتاحية أو المقال الافتتاحى هى صوت المجلة كمؤسسة وتتميز بأنها تتقدم غيرها من المقالات فى: تعبيرها عن رأى المجلة، وفى تناولها لأهم الموضوعات المنشورة فيها، وفى المساحة الثابتة الممنوحة لها.

ويقسم كل من «ليون نلسون» أستاذ الصحافة بجامعة تكساس، و«شيلتون بوسى» المقال الافتتاحى أو الافتتاحية إلى ثلاثة أنواع:

١ ـ المقال الافتتاحى الشارح: الذى يفسر الأخبار أو الأحداث، ويجلو أبعادها، ويفترض فيه أن يلتزم بالموضوعية فلا يتبنى آراء مسبقة، ولكن هذه الموضوعية مستحيلة فلكل مجلة تحيزاتها المسبقة السياسية أو الاقتصادية أو الصحفية.

٢ – المقال الافتتاحى النزالى: وينطلق من آراء مسبقة يريد كاتبها أن يحمل القارىء على اعتناقها، مستخدما أسلوب النزليات الذى يتحمل شجب الآراء المخالفة بل تسفيهها باستخدام المنطق الخطابى.

٣ – المقال الافتتاحى المتنبىء : الذى يقوم بما يشبه عملية استكشاف للنتائج التى يمكن حدوثها فى المستقبل. وبناء على معرفة كاتب المقال بحقائق ماحدث وإدراكه لطبيعة القوى التى تحكم الموقف فإنه قد يتنبأ بأحداث وامتدادات تتم فى المستقبل.

٤ – المقال الافتتاحى: الذى لا يتحدث عن قضايا عامة أو أحداث سياسية أو اقتصادية بل عن قضايا خاصة بالمجلة وأحداث وقعت بها، تغيير أحد أعضاء الجهاز التحريرى مثلا، سبق صحفى حصلت عليه، أو تطوير جديد فى المجلة، أو رفع السعر مثلا أو زيادة رقم التوزيع مثل باب alt-ter From The Fublisher فى المجلة time.

وقد يكتب افتتاحية المجلة: رئيس التحرير، أو الناشر، وقد يوقعها كاتبها، أو توقع باسم هيئة تحرير المجلة، أو اسم المجلة، أو بعلامة رمزية أو بالحروف

الأولى لرئيس التحرير أو أحد كبار المحررين، وفى بعض المجلات لاتوجد افتتاحيات.

المقال:

المقال هو الشكل الصحفى الرئيسى فى المجلة، ويمكن تعريفه بأنه بناء مكتوب يختلف فى طوله حيث يتراوح عدد كلماته بين ألف وستة آلاف كلمة، والمقال المتوسط يضم ألفى كلمة، ويتميز بالموضوعية، وبعدم بروز شخصية صاحبه، وهدفه نقل الأفكار والحقائق، للإعلام أو الإقناع أو التوجيه أو التسلية أو كلها جميعا.

من خلال اطلاعى على التقسيمات المختلفة لأنواع المقال فى المجلة عند أبرز دراسى المقال فى المجلة مثل: ماكس جونشر وايزنسبت برينكر «ودونالد ليمين كلارك»، ووييام . ل. ريفرز، ورونالد. ى. ولسلس أستطيع تصنيفه إلى الأنواع التالية:

١ ـ المقال الإعلامى أو الإخبارى: ويأخذ القارئ خلف الأحداث ليبين له حقيقة ماحدث ويخبره بأسرار أو وقائع جديدة.

٢ ـ المقال التحليلى أو التفسيرى: يتميز بالعمق ويعالج قضايا ومشاكل وآراء مثيرة للجدل، ويحللها إلى جوانبها المختلفة.

٣ ـ مقال السيرة الذاتية: أو الخبرة الشخصية، أو الاعترافى أو مقال المتكلم: وكلها تتعلق بضمير المتكلم «أنا» وتهدف إلى عرض خبرات الشخص، أو الكشف عن مكنونات نفسه، وعرض لتأملاته فى الحياة، وتقديم النصح أو الحكمة الناتجة عن تجاربه، وكل ذلك مصدره أحداث

متصلة فى حياة كاتبه وقد يسمى هذا النوع بالمقال الذاتى أو الشخصى أيضا.

٤ ـ **مقال الخدمة**: وقد يسمى أيضا مقال كيف تصنعها، أو اصنعها بنفسك، وهدفه هو تقديم خدمة، أو تعليم شىء محدد، ومحاولة توجيه القارئ فى مجال معين: كيف يرشّد استهلاكه، كيف يستعمل ورق الحائط، كيف يروض الزوج المتمردة؟ ولكى يكون مقنعا ينبغى أن يكون لكاتبه خبرة واسعة.

٥ ـ **المقال الجدلى أو المثير للمناقشة أو النزالى**: ويتعرض لمناقشة قضية ما، أو يثير قضية، وقد يتعصب لوجهة نظر بالأدلة والحجج والبراهين، ويقدم الأدلة على ذلك ويشجب الآراء المخالفة لها.

٦ ـ **المقال الوصفى**: وهدفه رسم صور عقلية لأشخاص أو أماكن.

٧ – **مقال المسح** : ويتم فيه مسح شامل لنوع من النشاط، أو ظاهرة معينة، من جوانبها كلها فهو يقدم تقريراً شاملا عنها، ودراسة للوضع الراهن لظاهرة ما.

٨ ـ **المقال السردى** : ويأخذ هذا النوع بأسلوب السرد حيث يصاغ فى قالب القصة الخفيفة المرحة أو يروى الوقائع بشكل درامى حسب ترتيب وقوعها.

٩ ـ **المقال المحذر أو العارض**: وهو نوع يعتمد على وضع يد كاتبه على خطأ ما أو جانب سلبى، إنه علامة تحذير أو عرض لموقف يتطلب

العـلاج أو الإصـلاح، وهذا النوع يمارسـه الكاتب بعـد تمكنه من الأنواع الأخرى للمقال.

١٠ ـ **المقـال الفكاهي**: ويعتـمـد على استـعـمـال الأسلوب الفكاهي أو الساخر، في عزل موضوعه، وقد يخلق شخصيات رمزية يجسد من خلالها الأحداث، وقد يعود إلى التاريخ، وقد يستعمل اللهجة العامية، وهذا النوع لا يكتسب بالخبرة، بل أن روح الفكاهة موهبة لاتكتسب.

١١ ـ **مـقـالات العـرض، والنقـد**: نوع من المقـالات يتعـرض لكتـابة عن أعمال فنية أو أدبية، وقد يكون:

(أ) مـقـال العرض: وهو مـجـرد تقـرير إخبـاري عن العـمـل الفنى أو الأدبى، أى أنه يقـدم عرضـا وصـفيـاً للعـمل، ويقـوم بهـذا النوع مـحـرر أو كاتب من المجلة متخصص فى مجال من المجالات، أو يمارسه محرر عام.

(ب) **مقال النقد** : وهو عـملية تقويم للعمـل الفنى أو الأدبى أو نقد له، وقـد يقـوم بهـذا العـمـل مـحـرر، لا يعـمـل فى المجـال الفنى، أو الأدبى لموضوع النقد، وقد يكون فنانا محترفا موسيقيا أو رساما أو مخرجا سينمائياً، وقد تستخدم المجلة واحداً من الإثنين أو كليهما.

(جـ) **العرض النقدى**: وهو مقـال يمزج فيه العرض مع النقد بحيث يحقق الغـرضين: تقـديم تقـرير عن الموضـوع أو عـرض ثم تقـويمه وهذا هو النوع الأكـثـر شيـوعـا، والمنتـشـر فى مـعظم المجـلات العـامـة، أمـا المجـلات المتخصصة فنجد فيها المقال النقدى، أما الجرائد اليومية والأسبوعية العامة فيغلب عليها مقال العرض.

هذه الأنواع الثلاثة تعتمد عليها الأبواب الفنية والأدبية المتخصصة فى المجلة مثل: الكتب والأدب والمسرح والسينما والموسيقا، والغناء والفن التشكيلى و«الراديو» و«التليفزيون»، وصفحة الرياضة أو بابها.

اسلوب كتابة المقال فى المجلة :

مقال المجلة ـ ويشاركه فى ذلك أيضا ـ مقال الجريدة، ولا يمكن أن يكتب ـ كما يشاع خطأ ـ نتيجة لانطباع، أو استلهام، أو خواطر شخصية، بل من خلال جمع دقيق ومنظم ومضنى لمعلومات موثوق بها، من مصادر علمية، تراجع بشكل جيد، ثم يكتب ويزود بالصور والرسوم.

ولكى ينجح كاتب المقال فى المجلة عليه أولا: أن يتعرف على الجمهور الأكثر للمجلة، وأن يكون لديه شىء يقال أى مضمون فكرى ينقله إلى قارئه، أو اقتراح، أو رؤية جديدة لقضية قديمة، وأن يقول ذلك الشىء ببساطة والأهم من ذلك، عليه أن يكون دقيقا.

وفى كتابة مقال لمجلة، هناك أسلوبان:

الأول: أسلوب الهرم المقلوب: ويبدأ هذا الأسلوب المقال بعد كتابة العنوان بالطبع، بأهم شىء فى المقال فى المقدمة، بعدها فقرة انتقالية تليها كلمات تعيد تقديم الفكرة بسرد الحوادث والشواهد والأمثلة والأدلة. وفى النهاية يقدم بعض الاستطردات وأقل التفاصيل أهمية.

والثانى: أسلوب الهرم المعتدل: وفيه يوضح دليل أو شاهد أو حادثة أو مثل فى المقدمة، أو أكثر من واحد أو واحدة منها فى فقرة المقدمة، تليها

فقرة انتقالية تربط المقدمة بالموضوع، ثم تأتى مرحلة تطوير فكرة المقال وتوضيحها والتوسع فيها، بتقديم الأدلة أو الشواهد أو الحوادث الأهم، حتى نضع أهم فكرة، وأهم شيء فى المقال أو خلاصة فى النهاية.

التحقيق الصحفى(٢):

من الأشكال الصحفية أو القوالب المهمة فى المجلة، ولكنه من أكثرها إثارة للجدل والخلاف حول تعريفه ومفهومه، لأن معظم الكتابات العربية فى التحرير الصحفى تخلط بينه وبين المقال، أو بينه وبين الموضوع الإخبارى الخفيف المصاغ فى قالب إنسانى، أو مقال المعالم، فالدكتورة إجلال خليفة ترى أن المعنى المقصود بالتحقيق الصحفى هو فى الحقيقة أكبر وأشمل وأوسع من المدلول اللغوى لهذه الكلمة. وتعرف التحقيق الصحفى بأنه: استطلاع للوقائع والأحداث، ولجميع الأشخاص الذين لهم صلة بهذه الوقائع والأحداث، الركن الثابت: لا نستطيع أن نقول إنه شكل صحفى، فما نشاهده فى بعض المجلات العامة أو المتخصصة من أركان ثابتة تعالج نواحى معينة، هو توظيف لمجموعة أشكال صحفية من أجل تحقيق غرض معين، فالاتجاه الحديث فى المجلات العامة والإخبارية يرمى إلى تقسيمها إلى قطاعات أو أجزاء أو أقسام كل منها يضم تخصصا معينا وموادا صحفية تتبعه، فمجلة عامة على سبيل المثال قد نجد فيها أركانا للأدب والفن والعلوم والاقتصاد والتسلية والمجتمع ومجلة متخصصة فى الاقتصاد مثلا نجدها تضم أركانا أكثر تخصصا مثل: الطاقة، التنمية، البنوك، أسعار البورصة، النقل البحرى.

فمجلة دورية متخصصة فى معالجة كل جوانب العمل الصحفى، والمجلات المتصلة به من طباعة ونشر، نجدها: تضم أركانا ثابتة عن: الإعلان والتسويق والإنتاج والتصوير والتوزيع والقانون والنقابات.

وقد يحتمل الركن صفحة أو أكثر من صفحات المجلة، وقد يقل أو يكثر عدد صفحاته من عدد لآخر، وهذا الركن الثابت يعتبر بمثابة المجلة المتخصصة داخل المجلة العامة والمجلة الأكثر تخصصا، أو ذات التخصص الأدق داخل المجلة المتخصصة، نجد فيه المضمون المتخصص الذى يتم توصيله بكل الأشكال الصحفية فى المجلة من الخبر حتى المواد المصورة وقد تتطور هذه الأركان الثابتة لتصبح ملفات أو ملاحق خاصة داخل المجلة نفسها توزع معها.

وتساعد هذه الأركان الثابتة المجلة فى أداء وظيفتها كمخزن للمعلومات للقراء، فهى تقدم المادة المتخصصة، فى أشكال صحفية منوعة، وممتزجة بالإبداع الشخصى لمحرريها، وتتميز بالمرونة، فقد يحذف بعضها فى عدد، وقد يتوسع فيها فى عدد آخر، وقد تختصر أو يدمج ركنان معا، وينصح بضرورة أن تتسم موادها بسرعة الإيقاع والتوزيع والروح الناقدة، وضرورة التجديد باستمرار فى أسلوب التحرير والإخراج حتى لا يمل القارئ، ويرى البعض ضرورة تغيير موقع الركن الثابت من فترة إلى أخرى.

* التقرير الصحفى فى المجلة :

فى الوقت الذى أصبح فيه فن التقرير الصحفى يحتل المرتبة الأولى فى ترتيب الأهمية فى فنون الكتابة الصحفية فى صحافة المجتمعات المتقدمة نلاحظ أنه لم ينل بعد الاهتمام الكافى فى صحافة المجتمعات[٣].

لذلك لم يكن غريبا أن يحتل فن التقرير الصحفى المرتبة الخامسة فى ترتيب الأهمية فى المجلة الأسبوعية ويحتل نسبة (١٢٪) من مساحة فنون الكتابة الصحفية.

فيكثر فى المجلة الأسبوعية استخدام (تقرير عرض الشخصية) وهو التقرير الذى يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث أو التى تلعب دوراً بارزاً فى المجتمع المحلى أو الدولى(٤).

إن الإصدار الأسبوعى فى المجلة يتيح لها التركيز على أبرز الشخصيات التى تلعب دورا بارزا فى الأحداث؛ لذلك يكثر فيها استخدام تقرير عرض الشخصيات مما يؤدى إلى أن ترتفع نسبة استخدام قالب الهرم المعتدل باعتبار أن هذا القالب هو أصلح القوالب الفنية لكتابة تقرير عرض الشخصية.

□□□

هوامش الفصل الثالث

(١) محمود علم الدين: فن تحرير المجلة: القاهرة ١٩٩١م، ص ٣٩ ـ ٧٩.

(٢) إجلال خليفة: اتجاهات فى فن التحرير، القاهرة، ص ٤٠ إلى ص ٤٥.

(٣)ياسر فهد، الموجب والسالب فى الصحافة العربية، ص ٨٨.

(٤) سمير حسين، بحوث الإعلام، ص ٤٧.

الفصل الرابع

قسم المعلومات والبحوث فى المجلة

قسم المعلومات والبحوث

فى المجلة

يوجد فى المجلات الكبرى قسم للمعلومات والبحوث، ويضم مجموعة من المواد الضخمة التى تحتوى على المعلومات التى تفيد فى الحقل الصحفى، والتى تتجمع على مرور الزمن نتيجة العمليات المستمرة لتجميع المواد عن طريق اختيار القصاصات من الصحف وتجميع الصور، والخرائط، والنشرات وما شابه ذلك.. وهذه المواد لابد أن تكون مرتبة طبقا لخطط الترتيب التى تصنفها قواعد الفهرسة، وأن تكون جاهزة للتقديم بمجرد طلبها، وأن تكون من الأنواع التى تفيد الصحفى فى مجالات عمله[1].

ويتضمن الأرشيف: المعلومات، والصور، أما المعلومات فتأتى فى شكل قصاصات (وأحيانا ميكروفيلم) وملخصات عن موضوعات وأشخاص،

وقضايا وتقوم أفضلية اختيار ما يقص من الصحف (جرائد ومجلات) على مايلى[٢].

ـ المادة الصحفية التى يوقعها أصحابها كالمقال والعمود والتحقيق وغيرهم..

ـ الأخبار التى تم حدوثها فعلا وليست المتوقعة أو المحتملة.

ـ احتياجات التحرير.

وإلى جانب ذلك نجد بعض الوثائق والمعلومات عن بعض الأشخاص وأصول بعض الموضوعات وكذلك تحيل بعض دور الصحف إلى الاحتفاظ بأصول كل الموضوعات المنشورة، وغير المنشورة وكل خطابات الجريدة والمراسلات التى تتم بين رئيس تحريرها والقراء والمسئولين.

أما الصور: فتشمل كل أصول الصور التى حصلت عليها المجلة من المصادر السابق ذكرها سواء نشرت أو لم تنشر، وترتب الصور أبجديا بالنسبة لأسماء الأشخاص أو الموضوعات او الاثنين حتى يمكن الوصول إلى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة، وبالإضافة لهذا الأرشيف فى بعض الدور الصحفية نجد أن لقسم التصوير أرشيفه الخاص به.

ويحتفظ فى أرشيف الصور بالسالبيات (Nagtives) (وأحيانا فى أرشيف قسم التصوير) وكذلك بالأنماط المعدنية الجاهزة (الكليشيهات) التى تشمل كليشهات الإعلانات، كليشيهات الرسوم، كليشيهات صور الشخصيات، كليشيهات صور الأماكن والأشياء، والرسوم الكاريكاتورية،

كليشيهات الأبواب، والعناوين الثابتة وكليشيهات الرموز، يستفاد من هذه الكليشيهات فى إمكانية الحصول عليها بسرعة وتوفير الوقت وطبعها بسهولة فى آخر لحظة، كما يجعل وجود أصول الصور والسالبيات عمل المخرج الصحفى أكثر مرونة لأنه يسهل عمل الأنماط المعدنية المطلوبة دون تقيد بالنمط المطبوع من قبل (الكليشيه).

ويرى البعض أنه لابد من وجود معلومات ترفق بكل فيلم أو صورة لتسهيل عملية إخراجها وسرعته أيضا فى تحديد موضوع الفيلم أو الصورة، وتاريخ التقاط الصورة ونشرها، وتلجأ المجلة إلى الأرشيف للحصول على الصورة أو النمط المعدنى (الكليشيه) فى الحالات التى لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص أو لمكان أو لموضوع ما أو يتعذر فيها ذلك(٣).

ويقسم بعض الباحثين الأرشيف الصحفى للمجلة إلى نوعين: عام وخاص ـ «فالأرشيف العام، هو تلك المجموعة الضخمة من مواد الكتب، والجرائد، والمجلات والدوريات والنشرات والقواميس أو المعاجم ودوائر المعارف أو هو القصاصات المأخوذة من جميع هذه المصادر، وهو مجموعة الصور والرسوم التى تحتفظ بها دار المجلة أو الجريدة، وترتيبها، وتنظيمها طبقا لقواعد الفهرسة، والتبويب المعروفة، ويشرف على هذه العملية الدقيقة مشرفون تابعون للدار، قادرون على القيام بهذا العمل الذى لا غنى عنه للمجلة(٤). وتعم الفائدة من الأرشيف العام للمجلة أو الجريدة فيما يلى(٥):

١ ـ تزويد الصحفى بالمعلومات أو المعارف التى تهمه فى موضوع معين يأخذ فى إعداده للصحيفة.

٢ ـ يعتبر الأرشيف العام مرجعا عاما للصحفى أو للمصاحف عندما يشعر بالحاجة الملحة إلى معلومات أو رسوم أو صور يدعم بها مقاله أو موضوعه أو مادته الصحفية التى لابد من تقديمها للصحيفة.

٣ ـ الأرشيف الصحفى يوفر على القائمين بالتحرير جهودا شاقة ووقتا طويلا فى سبيل البحث عن هذه المعلومات التى يحتاج إليها، أو الصور والرسوم التى يضمنها الموضوع.

٤ ـ الأرشيف الصحفى يساعد المحررين على الوصول إلى ما يسمى «بالسبق الصحفى» إذا كانت الحصيلة التى يعتمد عليها غيرهم من الصحفيين فى صحيفة أخرى.

٥ ـ يمكن النظر إلى بعض ما يحتفظ به الأرشيف العام للصحيفة على أنه سجل تاريخى للأحداث المحلية أو العالمية إن أمكن، ويمكن الرجوع إلى هذا السجل عند الحاجة إلى ذلك:

الأرشيف الخاص «ملك للصحفى أو المصاحف».

الأرشيف الخاص هو ذلك الأرشيف الذى يجمعه الصحفى أو يجمعه المصاحف بنفسه يوماً بيوم، وشهراً بشهر، وسنة بسنة، ويكون ملكاً خاصاً له، ويعتمد صاحب الأرشيف الخاص على الصحف والمجلات، والإذاعات والقراءات، والمقابلات الشخصية، والكلام الذى يسمعه من أفواه الخاصة، والعامة، ذلك فى جمع الأرشيف الخاص، وتأليفه بالصورة التى يرتضيها لنفسه ويشترك فى تأليف هذا الأرشيف كذلك مجموعة الأحكام القضائية

التى تنشر من حين لآخر فى موضوع معين، وقد يجمع صاحب الأرشيف الخاص معلوماته كذلك من وكالات الأعمدة ومن غيرها...

قيمة الأرشيف الخاص:

تظهر قيمة هذا النوع من الأرشيف إذا كان صاحبه قد جمع فيه من الأخبار والآراء والأحكام، مالم يتيسر لغيره من المشتغلين بتحرير الصحف جمعه وتظهر قيمة الأرشيف الخاص بشكل واضح حين يأتى صاحبه بمعلومات، وآراء وتسجيلات ليس لها وجود بالصدفة فى الأرشيف العام للصحيفة.. وتبدو الأهمية والقيمة الخطيرة حين يكلف المحرر من قبل الجريدة أو المجلة بموضوع أو مشكلة اجتماعية أو سياسية تظهر فجأة، وتثير اهتمام العدد الأكبر من القراء ولأن الموضوعات أو التحقيقات التى تبنى على أكبر قدر ممكن من المعلومات والوقائع، والأسانيد التى أسعف بها الأرشيف الخاص، كثيراً ما تحقق للمحرر، سببا فى لمعان اسمه أو فى تألق نجمه. إذا نجح فى ذلك. وهناك كثير من القضايا والموضوعات الاجتماعية والسياسية التى اعتمد فيها المحرر على موضوعاته من خلال أرشيفه الخاص، كانت سببا فى ظهوره ونجومية الصحيفة، وكانت أيضا سببا فى خدمة الصحيفة لسبقها الخاص من خلال تحقيق الفائدة التى حصل عليها المحرر باعتماده على الأرشيف الخاص، والعام فى الجريدة، وكلاهما يشكلان فى المعلومات تكامل المعادلة الصعبة، التى تسبك قيمة الموضوع الصحفى، مضمونا وشكلا، ونجاحا لكسب القارئ الذى يلاحظ قيمة الموضوع ومصداقيته فى الموضوع الصحفى الذى قدم إليه من الصحيفة والمحرر. وهكذا نرى أن قيمة الأرشيف العام والخاص للصحيفة والمحرر يفيد إلى حد

كبير فى الحقل الصحفى.. ومع تقدم العلوم التكنولوجية ـ الألكترونية. استفاد الأرشيف العام فى الجريدة والمجلة أو الأرشيف الخاص للصحفى بدخول الحاسوب وغيره فى حفظ المعلومات وعدم تعرضها للتلف، بالإضافة إلى الاستفادة من الميكروفيلم. ولكن هذا لا يعنى أن نستغنى عن جمع المعلومات وحفظها، فى ملفات خاصة وهكذا بالنسبة للصور، فكثيرا ما تتعرض تلك المعلومات المحفوظة فى الحاسوب وغيره إلى التوقف فى استرجاع المعلومات فى حالة وجود خلل فى الحاسوب، أو غيره من أجهزة أليكترونية، أو التى يعتمد على الليزر، فكما تكون للآليات الإليكترونية ايجابيات فى حفظ المعلومات، ودقة بقائها إلى مدد أطول إلا أن لها أيضا سلبيات فى حالة تعرضها للخلل الفنى أو غيره من دخول «فيروس» على نظام المعلومات للحاسوب. وكثيرا ما تستفيد أيضا المجلات الكبرى والصحف الكبرى من الجرائد من شبكة نظام المعلومات عندما يكون لها اشتراك فيها ـ وذلك مما يساعد على موضوعاتها الصحفية أولا بأول فى متابعة جدية الأحداث وخلفيات المعلومات.

المكتبة :

وجودها يشكل عاملا مهماً للجريدة أو المجلة «وهى هامة للمحرر فمهنته تتطلب تطوير معلوماته، ومداومة الاطلاع وهو ما يطلق عليه تعبير «التّعلّمّ الذاتى» ، وإضافة إلى ذلك فإن طبيعة تحرير المجلة والمضمون المقدم فيها، والذى يغلب عليه الجانب التفسيرى، والتحليلى، والبحث المتعمق وراء الجذور، والأسباب عكس الجريدة التى تسعى وراء الجانب الإخبارى والسبق الصحفى، تتطلب هذه الطبيعة الاعتماد على الرجوع إلى المكتبة

الصحفية فى المجلة التى تضم فى الغالب دوائر المعارف والأطالس والأدلة، أحدث الكتب، والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية، والأجنبية وكل الأعداد التى صدرت من المجلة منذ عددها الأول[٦].

قسم البحوث فى المجلات:

يوجد فى الصحف الكبرى من جرائد ومجلات قسم للبحوث، وهو قسم يضم فى مجموعته الخبراء المتخصصين فى مجال البحث العلمى، والغرض منه التعرف على استكشاف رأى القراء عن طريق الاستبيانات العلمية، التى هدفها معرفة الرغبة عند القراء فيما يحبونه فى الجريدة أو المجلة، وما لا يحبونه، وما لا يرضيهم ووفق استطلاعات رأى القارئ من خلال نتائج تلك البحوث الاستطلاعية، وتوصياتها العلمية يتم تعديل سياسة التحرير، وفقا لميول القراء، كما تهدف تلك النوعية من البحوث إلى معرفة جغرافية التوزيع من حيث الكثافة السكانية والطبقات التى تقرأ الجريدة أو المجلة ومن خلال هذه المعرفة تعالج وجوه الضعف فى التوزيع إذا كان هناك قصور ملحوظ فى الكم من التوزيع، وإن كان هذا يعتمد بدرجة كبيرة على مستوى قيمة التحرير، وبنهوضه بما يتفق مع رغبات القراء فى تقديم الخدمات الإعلامية والصحفية لهم.

□□□

وهناك عدة وسائل فى كيفية عمل البحوث ولعلها أكثر جدوى وإيجابية تلك البحوث الى تعتمد على المنهج العلمى كالبحوث الميدانية الاستطلاعية الاستبيانية، والتى ذكرناها آنفاً ـ ولكن فى نظر بعض الباحثين أن ثمة بحوثٍ أخرى تعتمد على اختبار الرؤية (الاختبار النظرى) ويجرى

هذا الاختبار فى عملية استكشاف توزيع الجريدة أو المجلة. ومن ملاحظة بيع أكشاك المجلات أو غيرها من نقط التوزيع داخل المؤسسات الاجتماعية والصناعية والتجارية، حيث يتم تجميع المعلومات عن شراء الجريدة أو المجلة ومدى استخدامها لغرض قراءتها أو الاستفادة منها من الخدمات الإعلامية التى تحتاجها تلك المؤسسات..

وعن طريق هذه الملاحظة وتتبعها والاستفسار عن المعلومات، يلاحظ المراقبون رد فعل الجمهور، بطريق مباشر أو حتى غير مباشر، ويسجلون عندئذ الحقائق التى يتوصلون إليها عن طريق ذلك برد فعل الجمهور من خلال قنوات ثلاث:

١ ـ معرفة وسائل البيع.

٢ ـ وقت الشراء.

٣ ـ جنس المشترى (ذكراً أم أنثى) وغير ذلك من معلومات الرصد كطريقة المقابلة الشخصية، وهى الطريقة التى يحبذها عدد من الباحثين لأنها تعتمد بالدرجة الأولى على الباحث الذى يجرى المقابلة يوجه الأسئلة ومعه نسخ من الجريدة أو المجلة، ويلقى أسئلة عامة وخاصة. وفى أكثر الدراسات دقة يؤشر الباحث على الأجزاء التى قرأها المشترى.

وهناك أسلوب آخر من البحوث عن طريق الأسئلة المكتوبة بالبطاقات أو الاستمارات وهذا النوع من البحوث يعتمد كما يقول الباحثون على أقدم الوسائل المستخدمة فى البحوث.

□□□

وأحيانا تكون الأسئلة فيه عبارة عن كتيب صغير (كما تفعل مجلة TIME) الأمريكية، فهى ترسل إلى المستفتين من المشتركين بانتظام كتيباً من بضع صفحات. وتعتبر فئة المستفتين باستمرار أو يكون الاستفتاء من صفحة واحدة توضع داخل المجلات المتخصصة ذات التوزيع المحدود، ويكون الاستفتاء عادة من القارئ، وما يفضل من محتويات المجلة.

وهناك استطلاع آخر يصب من قنوات الخطابات التى يرسلها القراء إلى المحرر فهذه الخطابات مصدر هام فى متناول اليد للمعلومات عن الأشياء التى ترتاح إليها نفوس القراء، ورد فعل لما نشر فى الجريدة أو المجلة لكن هذه الطريقة لم تصبح علمية بالمعنى الصحيح إلا فى السنوات الأخيرة. فالخطابات تحلل الآن بعناية كبيرة تحت إشراف باحثين متخصصين، لأنها لا تكشف عن مواد التحرير التى يفضلها القارئ أو يكرهها فحسب بل إنها تكشف أيضا عن بعض الفئات التى تربط نفسها بتلك المواد، وتصر على وجودها فى الجريدة أو المجلة.

□□□

وهناك العديد من القياسات والمعايير العلمية التى تهتم برأى القارئ كإجراء المسابقات، ومنح الجوائز.

وهذا ما أدى بالتالى إلى ظهور العديد من المسابقات ومنح الجوائز فى كثير من الجرائد والمجلات الكبرى وحتى الصغرى منها، فتجرى الجريدة أو المجلة المسابقات بين القراء وتمنح الفائزين منهم الجوائز، والهدف من هذه

الجوائز استطلاع رأيهم فى مواد التحرير، والأبواب القديمة والجديدة فى الجريدة أو المجلة لكن هذه الوسيلة تعتبر من وسائل الترويج أكثر منها من وسائل البحث العلمى.

* وفى أسلوب آخر استطلاعى موجه للقراء عن طريق الجريدة أو المجلة، يعتمد على القنوات التالية:

١ ـ البطاقات :

تعتمد الجريدة أو المجلة على البطاقات أو غيرها من النماذج التى تطبع فى المجلة والتى يستطيع القراء أن يعلقوا فيها على ما تنشره من نقد أو توجيه أو اقتراح لتحليل كمية محدودة من المعلومات.

٢ ـ الاستفتاء عن طريق المكالمات الهاتفية:

وهى وسيلة من وسائل البحث فى الجرائد والمجلات ولكنها تستخدم أكثر بنجاح ـ كما يقول الباحثون ـ فى بحوث المشتغلين بالراديو والتليفزيون ـ خصوصا ـ ما يتبع حاليا فى المحطات الفضائية التى تنهج أسلوب استطلاع المشاهد فى بعض برامجها، على الهواء، حيث يبدى رأيه فيما يشاهده من مواد تلك البرامج، وعلى ضوء ذلك تستفيد المحطات الفضائية فى تعديل مواد برامجها، وفق رغبات المشاهدين وكذلك بالنسبة للراديو الذى ينتهج نفس الأسلوب، وهذه الوسيلة من وسائل البحث فى الصحف والمجلات أشبه بوسيلة المقابلات الخاصة التى تلقى الأسئلة وتأخذ الإجابة فورا.

٣ - اجراء البحث على مجموعات معينة :

فى هذا الإجراء، يقول الباحثون: إن البحوث تعمل على مجموعات من الأسر أو القراء الذين ترسل إليهم الاستفسارات بانتظام بواسطة البريد أو المقابلات الخاصة للإجابة على أسئلة معينة وتجمع ردودهم ورد الفعل لما ينشر فى الجرائد والمجلات ومايدور فى نفوسهم لجائزة محددة، وبهذه الطريقة يمكن الوقوف على إجابة هذه المجموعة.

ويجب ملاحظة ـ كما يوصى الباحثون ـ[٧] أن الذين يقومون بإجراء هذه النوعية من البحوث أشخاص ذوو ثقافة عالية ويحسن أن يكونوا من المتخصصين فى علم الإحصاء.. ومما هو جدير بالذكر أن الذين يقومون بعمل مثل هذه الأبحاث فى الولايات الأمريكية. منهم الحاصلون على درجة الدكتوراه.

ومن المجلات التى تستخدم كثيرا الطرق الأكاديمية فى البحث العلمى لعملية استطلاع رأى قرائها، مجلة "Life" الأمريكية، وبحوثها منشورة فى مطبوع بعنوان "A sample Census of Time Sub-scriber Families" وكذلك مجلة (Time) الأمريكية، وبحوثها عن عائلات المشتركين منشورة بعنوان:

SAMPLE CENSUS OF TIME SUBSERIER FAMILIES

نموذج من البحث فى توزيع المجلات:

استطعنا الحصول على نموذج من الدراسات البحثية التى قام استيوارت ودوجال وشركاؤهما، وهم باحثون متوفرون على البحث بدراسة

المجلات الأمريكية، وأنفق على هذه الدراسة سبع عشرة مجلة كبيرة تنتمى إلى شركات نشر كبيرة، وشملت الدراسة ٤٥ مجلة تابعة لتلك الشركات لم يكن من بينها مجلة أطفال أو مجلة تجارية أو من نوع الخلاصة «الدايجست» أو يستمر البحث ـ كما يقول الباحثون ـ عاماً كاملاً وكان الغرض منه معرفة الذين يقرءون المجلات أو الذين لا يقرءونها فى أمريكا، ووصف هؤلاء الناس وعائلاتهم على أسس اجتماعية واقتصادية وكان البحث يهدف إلى معرفة ما يأتى على وجه التفصيل:

(أ) عدد الأفراد الذين يبلغ سنهم ١٥ سنة أو أكثر فى أمريكا، والذين يقرءون المجلات، وعدد المجلات التى يقرؤها كل فرد.

(ب) عدد الأسر التى يوجد فيها واحد وأكثر عمره ١٥ سنة أو أكثر يقرأ المجلات وعدد المجلات المختلفة التى تقرؤها الأسرة.

ولقد استخدمت ٤٥ مجلة للإعلان عن هذه الدراسة. وأجريت الدراسة على جميع أنواعه من الطوائف المختلفة وكانت وحدة العينات الولائية.. وقد أجريت مقابلتان كاملتان مع (٨٠١٠) أشخاص منهم ١٥ سنة فأكثر (٣٤٦٦) أسرة. وقوبل أفراد كل أسرة. وكان الباحث يقابل العامل أحياناً أكثر من أربع مرات فى زيارة متكررة.

وكان من موضوعات الاستفسارات ما يأتى:

١ ـ هل قرأ الشخص أو اطلع على مجلة خلال الستة شهور الأخيرة؟.

٢ ـ تحديد الغلاف المطبوع باللونين (الأسود والأبيض) أو عدد معين من المجلة.

٣ ـ تحديد واحدة أو أكثر من خمس من مواد التحرير (تصحبها صورة كالغلاف).

وقد أسفر هذا البحث عن نتائج هامة منها:

١ ـ ١٫٦٤٢ من قراء المجلات من الرجال.

٢ ـ ٦١٫٨٪ من سكان المدن.

٣ ـ ١٨٫٥٪ من يقرءون مجلة واحدة و١٦٫٦٪ يقرءون مجلتين حتى ست مجلات لكن ٢٢٫٧٪ يقرءون أكثر من ست مجلات.

٤ ـ متوسط عدد المجلات التى يقرؤها الفرد الأمريكى ٣٫١٪.

٥ ـ أكبر عدد من قراء المجلات هو المجموعة التى سنها ما بين ٣٣، ٤٣ سنة (وعددهم ٧٫٨٥٠٫٠٠٠شخص).

ثم تليها مجموعة الذين سنهم من ٣٦ ـ ٤٤ سنة (وعددهم ٥٫٦٠٠٫٠٠٠ شخص). ثم مجموعة الذين سنهم من ٤٥ ـ ٥٤ سنة (وعددهم ٣٫٢٥٠٫٠٠٠ شخص) وأصغر مجموعة تتكون من الذين سنهم ٦٥ سنة فأكثر (وعددهم ٢٫٩٥٠٫٠٠٠ شخص).

٦ ـ نسبة القراء من ناحية الوضع الاقتصادى كالآتى:

* ٣٫١٪ فى المجموعة الشهرية.
* ١٧٫٣٪ فى الطبقة فوق المتوسطة.
* ٥٨٫٩٪ فى الطبقة المتوسطة.
* ٢٠٫٧٪ فى الطبقة الدنيا.

٧ ـ نسبة القراء من ناحية التعليم كالآتى:

* ٢٩،٦٪ من القـراء وصل تعليـمـهـم إلى السنة الثـانيـة فـأقل فى التعليم الثانوى.

* ٢١،٦٪ وصل تعليمهم سنة إلى ثلاث سنوات فى التعليم الثانوى.

* ٢٥،٧٪ وصل تعليمهم إلى السنة الرابعة الثانوية.

* (٨٪) قضوا سنة إلى ثلاث سنوات فى الجامعة.

* (٦٪) قضوا أربع سنوات فأكثر فى الجامعة.

* ٨،٦٪ لا يزالون فى المدرسة.

□□□

وبعد أن استعرضنا هذا النموذج من الدراسة التى قام بها ستيوارت ودوجال وشركاؤهما، التى شملت ٤٥ مجلة تابعة لتلك الشركات والتى أنفق على هذه الدراسة سبع عشرة مجلة وكانت النتائج لتلك الدراسة بمثابة مؤشر يوضح مدى علاقة القارىء بتلك الصحف ومدى معرفة وصول توزيعها إلى فئات القراء، نرجو أن تكون هناك دراسة مماثلة للمجلات العربية للاستفادة من نتائجها من الناحية العلمية، والعملية فى تحرير المجلات وتوزيعها، وأن تهتم المجلات بكافة أنواعها وتخصصاتها، بإنشاء مسحاً للبحوث والمعلومات لا يقتصر فقط على مهمة عمل المحررين أو الباحثين الذين يقومون من حين لآخر بإعداد البحوث والدراسات اللازمة التى

يحتاجها التحرير، ويطلبها رئيس التحرير أو معاونيه أو أحد رؤساء الأقسام، والذى يقتصر فقط على العمل الأرشيفى أو المعلوماتى، الذى يهم العمل الصحفى ولكن قسم البحوث الذى كشف أسبابه اهتماماً فى المجلات والجرائد أن يكون الهدف منه أو الغرض تطوير العمل الصحفى، بالصورة العلمية والمنهج العلمى المتبع فى الدراسات العلمية الخاصة التى تستطلع آراء القراء الذين يقرءون المجلات أو الذين لا يقرءونها، ووفق ما جرت عليه الدراسة التى قام بها استيوارت.

هوامش الفصل الرابع

(١) أبو الفتوح حامد عودة: **تنظيم المعلومات الصحفية والأرشيف والمكتبات**، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ١٩٦٨م، ص ٧، ٨.

(٢) محمود علم الدين، **المجلة** ـ التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها، مرجع سابق، ١١٢.

(٣) سمير سعد الدين، محمود علم الدين (إعداد) : **التصوير الفوتوغرافي وتطبيقاته في مجال الصحافة**، مراجعة خليل الصابات (استنسل) ألقيت على طلبة قسم الصحافة والنشر كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة ١٩٧٨م.

(٤) عبد اللطيف حمزة، **المدخل في فن التحرير الصحفي**، ط٤، دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٦٨م، ص ٣٦٥.

(٥) المرجع نفسه ٣٦٦.

(٦) محمود علم الدين، **المجلة** ـ التخطيط لإصدرها ومراحل إنتاجها، مرجع سابق، ص ١١٣.

(٧) مصطفى الدميرى، **الصحافة في ضوء الإسلام**، سلسلة مكتبة الطالب الجامعي، مكة المكرمة، العزيزية، ص ٩٨.

الفصل الخامس

فن إخراج المجلة

فن إخراج المجلة :

هناك اتفـاق أو إجـمـاع بين البـاحـثين فى الأسس الفنيـة للإخـراج الصـحـفى على أن ثـمـة مـدارس ظهـرت فى هذا الفن وكلهـا تتـراوح بين المذاهب التقليدية وبين المذاهب التجديدية ولكل منها طابعه المتميز..

فبينما نرى أن التوازن المتماثل سمة من السمات التقليدية فى الإخراج الصحفى لتكوين صفحة منسقة وفيه يتماثل شقا الصفحة تماثلا تاما وقد كان هذا الأسلوب سائدا فى الصحافة المصرية والأجنبية خلال القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين[١].

نرى فى الجانب الآخر أن المذاهب التجديدية الحديثة لفن الإخراج لا تحفل بالقواعد التقليدية، ولا تهتم بقوانينها المأثورة، وكثيراً ما تتعمد أن تتخطى تلك القواعد بتحريرها من قيودها. وتنطوى هذه المذاهب الحديثة

على الانطلاق والتحرر من أفكار التوازن بجميع أشكاله وإهمال الوحدة الفنية التقليدية إهمالا مقصودا. كما يقول البعض «ويمكن اعتبار هذه المذاهب، الانطلاقية الحديثة ـ كما يعتقد البعض «أنها امتداد طبيعى للفنون الحديثة بمدارسها التجريدية والسيريالية» و «التكعيبية» و «التعبيرية» والمستقبلية وغيرها(٢) .. والهدف من الخروج عن إطار هذه المذاهب التقليدية فى الاتجاه الحديث للإخراج الصحفى يسعى إلى حد كبير إلى جذب أنظار القارئ لإبراز بعض النواحى الهامة من أخبار وتحقيقات وغيرها من الموضوعات الهامة المستنيرة التى تنشرها فى صدر الغلاف أو الأغلفة وكلها مكتوبة بالخطوط الحمراء الضخمة، أو الألوان الصاخبة إلى جانب العناوين السوداء والصور الملونة أو الداكنة. أما بالنسبة للجرائد فالأخبار الهامة سيدة موقعها. ومربط فرسها لاحتواء جذب القارئ، وشد انتباهه وعادة ماتبرز بالألوان الصاخبة إلى جانب العناوين السوداء فى صفحاتها الأولى أو الأخيرة، وذلك حيث أهميتها ودرجة حرارتها بالنسبة لقارئها.

□□□

ولا يرى أصحاب الاتجاه الحديث من المذاهب الانطلاقية التجديدية بأساً أو مضضاً من استخدام بعض أنواع الخطوط التى لا تنسجم مع بعضها البعض، بل تتباين تبايناً شديداً وذلك بهدف الإثارة، وشد انتباه القراء للموضوعات الهامة بالنسبة للمجلة، أو الجرائد من حيث الأخبار فى

صفحاتها الأولى أو الأخيرة فى حالة الإشارة إليها، وهنا ينطلق مع مبدأ القول «الغاية تبرر الوسيلة» ويبرر أصحاب تلك المذاهب وجهة نظرهم فى ذلك التباين أو عدم الانسجام فى الخطوط .. إن الوسيلة تبرر الغاية، وتكسر حواجز التناغم بين أنواع الخطوط وأنها تتمشى مع روح العصر البسيط الذى يتطلب البساطة فى الأسلوب الوظيفى الحديث لهذا الفن من فنون الإخراج بعيدا عن التعقيدات والالتزامات الكلاسيكية التى تقيد المخرج الصحفى والصحيفة. وهذا ما يدعو إلى إيثار الإخراج الأفقى على الإخراج العمودى.. وعلى كل حال فإن الاتجاه الحديث لهذا الفن يتأثر بتصميم وإخراج كل مطبوعة عن الأخرى لعدد من السمات التى تميزها عن بعضها.. «ولعل أهم ما يميز المجلة عن الجرائد بأنواعها هو صدورها داخل غلاف يعبر عن محتواها الداخلى من خلال الرموز الاتصالية المطبوعة المختلفة الألفاظ، والصور والرسوم، ويقوم فى نفس الوقت بوظيفة الحفظ وصيانة التداول لطول الفترة التى تصدر فيها نسبيا[٤] وإلى جانب صدور المجلة داخل غلاف، فإنها تتميز أيضا بأن وحدة النشر فيها ليست الصفحة أو أجزاءها، أو العامود كما فى الجريدة ولكن وحدة النشر هى الموضوع سواء تم نشره فى صفحة أو جزء منها، أو فى صفحات متعددة حيث تتابع الصفحات، ولذلك تعتبر المرحلة الأولى فى تصميم المجلة وصفحاتها، هى التبويب وتوزيع الموضوعات داخل المجلة وتحديد عدد الصفحات التى تمثل مساحة الموضوع مع مراعاة التمييز بين الموضوعات المصورة وغير المصورة، واستخدامات الألوان فى هذه الموضوعات[٥].

ولعل أهم ما يمكن تناوله على وجه الخصوص فى إخراج المجلة، هو تصميم الغلاف، وكيفية الشكل الفنى الذى سوف يظهر به الغلاف ثم يأتى بعد ذلك تصميم الصفحات المتتابعة سواء كانت متكاملة أو لا، التى ينشر عليها موضوع واحد فى أحد أشكال فن الكتابة للصحف و المطبوعات الدورية[٦] وهناك من يقول: إنه لم يعد استخدام الألوان مسحة أساسية للمجلة، بعد انتشار استخدامها فى الجرائد بأنواعها خصوصا بعد انتشار أجهزة فصل، وفرز الألوان وضبطها التى تعتمد على الحاسب الآلى ويتحقق معها عامل السرعة، والدقة التى كانت تميز طباعة المجلة، ولا تتوفر فى طباعة الجريدة[٧] ونحن نتفق مع هذا الرأى خصوصا بعد ظهور التداخل بين المجلة والجريدة فى استخدام الألوان، ولم تعد هناك فوارق بينهما، بعد أن ألغى تلك الحواجز الحاسوب.

تصميم الغلاف:

جرت العادة أن تصميم الغلاف فى المجلة يكون فى المرحلة الأخيرة من تصميم الصفحات، ولكن تبقى أهمية التصميم للغلاف بادئ ذى بدء.

من أهم المراحل التى يفكر فيها المصمم وتشغل بال وبال رئيس التحرير.. إلا أن المصمم يتجاوز عبء ذلك المخاض من التفكير من تصميم الغلاف بمجرد أن تقع عينه على قراءة الموضوعات التى تحتويها مواد المجلة، قبل إعدادها للطبع ومرحلة التبويب، وتصمم الصفحات بحيث ينتهى به

المطاف إلى تصميم الغلاف ولكن يرى الباحثون فى فن إخراج المجلة أن الوصول إلى تصميم الغلاف لابد أن تتوفر فيه تحقيق الوظائف المستهدفة والتى تم تلخيصها فى الآتى:

١ ـ التعبير عن محتوى الموضوعات الداخلية أو أكثرها قوة من الناحية الاتصالية مع جماهير القراء.

٢ ـ المحافظة على شخصية المجلة وشخصية المنشأة التى تصدرها، وصورتها الذهنية لدى جماهيرها.

٣ ـ تحقيق الجاذبية إلى المجلة، وإثارة اهتمام القارئ بمحتواه، أو مايعبر عنه من محتوى.

ويتكون الغلاف عادة من أربع صفحات بصفة منتظمة وتكون مساحته مساوية لمساحة الجزء الداخلى من المجلة أو أكبر قليلا «الأولى وهى الغلاف الأول، أو الأمامى أو الصدر ثم الغلاف الخلفى أو الأخير فى آخر صفحات المجلة وفى كل منهما صفحة خلفية تسمى بطن الغلاف، ولكل من هذه الصفحات دورها أو استخدامها الوظيفى الذى يؤثر فى تصميمها ويحتل بطن الغلاف أهمية كبيرة فى جذب انتباه القارئ نظرا لأنه يواجه الصفحة التحريرية الأولى فى جسم المجلة، وكثير من المجلات تستغله فى رسم «كاريكاتيرى» أو أخبار خفيفة أو صورة مختارة تعبيرية أو ماشابه ذلك، وقد تعرضها المجلة، كمساحة إعلانية ترتبط قيمتها بهذا الموقع المتميز(٨)

ويتضمن الغلاف دائما رقم العدد وتاريخه، وأحيانا عدد الصفحات[٩] أما بطن الغلاف فيستمد قيمته من قيمة المادة التحريرية فى آخر صفحة من صفحات جسم المجلة، والتى تطلق عليها كثير من المجلات «آخر صفحة» أو «الصفحة الأخيرة» تحاول تخصيصها لمقال خفيف يكتبه أحد الكتاب بشكل يقترب كثيرا من شكل مقال العامود أو اليوميات فى الجريدة العادية[١٠].

التبويب وترتيب الموضوعات:

يعتبر التبويب الأولى لموضوعات المجلة وتوزيعها على صفحاتها، خطوة مرحلية هامة تبدأ بها عملية التصميم، حيث يحدد موضوع ومساحة كل موضوع بدقة من البداية، مراعيا فى ذلك أهمية الموضوع، ومساحة النص والصور المرفقة، وتوزيع الألوان على الصفحات، وعلاقتها بوجود صور ملونة مصاحبة للموضوع.. وغيرها من المعايير، والأسباب التى يتم على أساسها تقديم أو تأخير الموضوع بالنسبة لترتيب الصفحات، والمساحة التى يحتلها الموضوع[١١] وفى هذه الحالة يعد المصمم أولا قائمة توزيع الصفحات والتمييز بين الصفحات التى تستخدم فيها الألوان المركبة والمساحات ترقم نتيجة توزيع الموضوعات على هذه القائمة ليبدأ بعد ذلك فى تصميم الصفحات بناء على المساحة والموقع الذى يحتله الموضوع من هذه الصفحات[١٢].

جسم المجلة:

عادة يتضمن جسم المجلة قائمة تحتوى على الموضوعات والأبواب، والزوايا التى تضمها صفحات المجلة، وذلك بقصد التنويه أو الإرشاد، أو الإحالة إلى موضع هذه الصفحات فيستدل عليها بكل سهولة و«يضيف البعض إلى هذه الصفحات أيضا كلمات افتتاحية قصيرة إذا ما اتسعت المساحة إلى ذلك؛ ولذلك قد تلجأ بعض المجلات إلى تصميم قائمة المحتويات، وما يجاورها فى صفحتين متقابلتين، فتتسع لضم (بجانب ذلك) الخبر الهام أو التعليق السريع(١٣).

وبعض المجلات تكتفى فقط بنشر عناوين الموضوعات ـ حسب الترتيب أو التنظيم الذى تراه المجلة أو المحرر أو الكاتب.

تصميم صفحات المجلة:

يركز المتخصصون فى فن الإخراج الصحفى ـ على ضرورة الأخذ فى الأهمية عند تصميم صفحات المجلة ـ أن الموضوع هو فى الأساس ترجع إليه وحدة التصميم. سواء كان هذا الموضوع فى مساحة صفحة أو أكثر من ذلك، قد تصل إلى صفحتين، أو ثلاث أو أربع وأحيانا أكثر من ذلك فى الملفات الخاصة. ويراعى عند تصميم الموضوع الصحفى مراعاة الأسس الفنية فى بناء العناصر «التيبوغرافية» للموضوع وعلاقتها ببعضها على الصفحة البيضاء(١٤).

ومن الملاحظ عادة ما يكون موضوع الصفحة الواحدة مقالات، ليس في بنائه التيبوغرافي سوى العنوان، والنص، وصورة واحدة في معظم الأحوال، إذا صاحبته صور ورسوم، بجانب صور الكاتب أو المحرر على الأكثر(١٥).

ولذلك يراعى وضع العنوان أعلى الصفحة يليه النص بحروف تتفق مقاساتها مع الاتساع الذى توضع عليه على عامودين مثلا وتساعد صورة المحرر واسمه بوضعهما عناصر تيبوغرافية ثقيلة على تحقيق التوازن أعلى صفحة مع صورة أسفلها، إذا اتسعت المساحة لذلك، وعادة بالنسبة للمقال أصبح مقبولا أن ينشر بدون صور، ويعتمد فى إثارة اهتمام القارئ إليه على اسم الكاتب أو المحرر(١٦).

وهكذا نكون قد أعطينا صورة موجزة ومختصرة عن أهم الأسس الفنية التى يجب أن تراعى فى فن إخراج المجلة، بأشكالها وأنواعها المختلفة، وتركنا بعض التفاصيل الدقيقة التى تدخل فى تقنية الشكل الهندسى للإخراج فى باب الرسوم والأشكال التى يقوم بتصميمها المصمم سواء لغلاف المجلة أو فى تصميم الصفحات الداخلية، ففى دقة هذه التفاصيل تغنى المصمم لوحده وهى من تخصصه، فى الجزء العملى من التصميم العام للمجلة.

□□□

هوامش الفصل الخامس

(١) إبراهيم إمام: **دراسات فى الفن الصحفى**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٢، ص ٢٥٧.
(٢) المرجع السابق.
(٣) المرجع السابق ص ٢٦٢.
(٤) محمد راسم الجمال وآخرون: **إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة**، مكتبة مصباح، جدة ط ١٤١٠هـ ـ ١٩٩٠م ص ٣٣١.
(٥) المرجع نفسه ص ٣٣٢.
(٦) المرجع نفسه.
(٧) المرجع نفسه.
(٨) المرجع نفسه ص ٣٣٣.
(٩) مصطفى الدميرى: **الصحافة فى ضوء الإسلام**، سلسلة مكتبة الطالب الجامعى، مكة المكرمة، العزيزية، ص ٩٨.
(١٠) محمد راسم الجمال وآخرون: **إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة**، مرجع سابق ص ٣٣٣.
(١١) المرجع نفسه ص ٣٣٨.
(١٢) المرجع نفسه.
(١٣) المرجع نفسه.
(١٤) المرجع نفسه ص ٣٤.
(١٥) المرجع نفسه
(١٦) المرجع نفسه.

الفصل السادس

فن الطباعة فى المجلة

فن الطباعة فى المجلة :

لقد أخذت المجلات الحديثة تتسابق وتتنافس فيما بينها فى تطوير آلياتها الطباعية الحديثة بعد اتساع نطاق عملية الطباعة والتقدم المضطرد فى أساليبها. وفى ظل هذا التنافس أو هذا التبارى كان من الصعب أن يكون الاختيار للآلة الحديثة سهلا وميسورا بل يحتاج إلى كفاءة فنية عالية، تستطيع أن تضع تقديراتها للاختيار الأمثل لنوعية الطباعة التى تخرج بها مجلة ما بالأضافة إلى توفر الأيدى العاملة ذات الكفاءات الفنية العالية القادرة على إدارة آليات الطباعة الحديثة ولكن بالرغم من ذلك استطاعت الكثير من المجلات الأوربية والعربية، أن تخرج، بثوب جديد معاصر سواء من حيث إخراجها الفنى أو من حيث طباعتها الفنية أو فى مادتها التحريرية المتقدمة وبذلك تخطت الحواجز والصعاب فى مواجهة كل تقدم وتطور تكنولوجى، فى آليات الطباعة الحديثة التى أدخلتها على مؤسساتها الطباعية.

بالإضافة إلى تقدم عملية الطباعة، وتطورها السريع خرجت أنواع متعددة من الطباعة وهى:

أولاً: الطباعة من السطح البارز:

تعتبرأكثر طرق الطباعة شيوعا، وأقدمها وأوسعها انتشارا، ويصطلح على تسميتها، عمليا ـ تيبو ـ وتطبع بها جميع الجرائد ومعظم الكتب وبعض المجلات، وعدد من المطبوعات، وتقسم إلى نوعين: الطباعة المسطحة، بنوعيها المباشرة، وغير المباشرة، والطباعة الدوارة «الروتاتيف» والتى تطبع بها الجرائد وبعض الكتب والمجلات(١).

وأهم سمات الطباعة البارزة السرعة العالية والكفاءة فى طباعة أحجام منوعة من المطبوعات الملونة أو الأسود، والأبيض فقط.

* الكفاءة العالية خلال دورانها.

* اللوحات الطابعة تكون بشكل عام أكثر تكلفة عن مثيلتها فى الطباعة من السطح الأملس «الأسطح الملساء» ولكنها أقل تكلفة تقريبا من الطباعة من السطح الغائر.

* القدرة على الطباعة من الجمع اليدوى أو الآلى للحروف، وأيضا من اللوحات الطباعية الأصلية أو المنسوخة.

* اللوحات المنسوخة «طبق الأصل» تكون أعلى نسبيا، وأكثر أنواعها استعمالا هى: «الالكتروتايب» و«الستريوتايب» واللوحات البلاستيك والمطاط.

** تطبع بشكل جديد علي ورق الكتب وفي حالة طبع لوحات ظلية Halftones ينبغى أن يصقل الورق Calemdered أو يلمس "Coated".

* قبولها للورق من أى سمك ابتداء من أرق الأنواع إلى أسمكها.

* عندما يتم الطبع من حرف معدنى أصلى أو سالبيات، يمكن تغيير أى حرف من المطبوع بدون الحاجة لطباعة كل اللوحات الجديدة.

* القدرة على الطباعة قصيرة المدى من حروف وكليشيهات التى تناسب المطبوعات التى تتطلب ترقيمها كالتذاكر والاستمارات والبطاقات، والمطبوعات الطويلة الدقيقة الدورات حيث يمكن استهلاك اللوحات المعدنية الطابعة عبر عدد من الطبعات.

* استخراج التجارب لا البروفات الأرخص نسبيا.

وتتطلب كثيراً من الوقت للتحضير النهائى للكليشيهات ونحوها بوضع الورق المقوى تحتها لكى تبرز على نحو متساو (لاتفاوت فيه) لتعوض عن السمك المنوع للمواد المستعملة الحروف، اللوحات الطابعة، الكليشيهات..[٢].

ثانياً: الطباعة من السطح الغائر (Rotogravure):

وهى عكس الطباعة من السطح البارز حيث تكون الحروف، والأشكال المراد طبعها محفورة وغائرة فى السطح، وليست بارزة عالية وتنقسم طرق الطباعة الغائرة كذلك إلى نوعين هما[٣]:

الطباعة الغائرة المسطحة(*) والطباعة الغائرة الدوارة، والأخيرة أكثر شيوعاً واستعمالاً فى عدد كبير من المجلات، خاصة المصورة ومن أمثلتها (كل مجلات دار الهلال، والمصور، حواء، الكواكب، سمير، ميكى، الهلال) وكذلك مجلتا السينما والمسرح، والسينما والناس، وعدد من المجلات المتخصصة، والتى تستخدم الألوان بنسبة كبيرة. ويصطلح على تسمية هذا النوع من الطباعة «الروتوجرافور».

وأهم سمات الطباعة من السطح الغائر[٤]:

* كفاءة عالية، وطباعة سريعة للمواد المطبوعة الملونة، وغير الملونة.

* كفاءة منسقة خلال الدوران.

* تعطى نتائج جيدة فى الألوان والأسود والأبيض عن كل أنواع الطباعة.

* أكثر اقتصاداً للطبعات ذات الأعمدة الضخمة (Long runns) فى سرعة عالية وبوضوح تام، والطبعات ذات الأعمدة القليلة "Short runns" ويمكن أن تطبع بسعر أفضل من سعر الطباعة من السطح البارز أو الطباعة من السطح الأملس وبالجودة نفسها.

* تكلفة اللوحات المعدنية أو الأسطوانات أغلى من لوحات الطباعة من السطح البارز أو الأملس وكذلك عمل نسخ منها، ولكنها تدوم وقتاً أطول.

* قدرة على الطبع على الأسطح مختلفة النوعية ولكن نتيجة الطبع على الورق الأملس أو المصقول تكون أفضل وكذلك يكون الطبع جيداً

على الورق الرخيص غير المصقول، ومثال ذلك ملاحق الأحد (Sunday supplements) التى تطبع بالطريقة الغائرة فى المملكة المتحدة مثلاً.

* التصميمات "Conglomerates" تكلفتها عالية لأنها تتطلب لوحاً معدنياً جديداً.

* التجارب "Proofs" (البروفات) تكون أعلى تكلفة عنها فى كل من الطباعة من السطح البارز أو الأملس.

* أفضل لطباعة الصور من ذات الدرجات اللونية (Jones) المستمرة عنها فى الطباعة من السطح البارز خاصة تلك التى تكون لها زوائد رفيعة (Strankes) أو حروف ذات زنابات "Serifs" أو فى حجم أقل من بنط ٩ .

ثالثاً: الطباعة من سطح مستو أو أملس: (٥)

وتتميز هذه الطريقة بأن الأجزاء الطباعية وغير الطباعية تكون على مستوى واحد من السطح الطابع، فلا توجد أجزاء مرتفعة أو غائرة كما فى طرق الطباعة البارزة أو الغائرة، وتقوم فكرة هذه الطريقة من الطباعة على قاعدة تنافر الماء مع المواد الدهنية. ذلك أن الأجزاء التى تلحقها مادة دهنية نجدها ترفض الماء والغمس بحيث ترفض المناطق المثبتة الحبر الدهنى. فإذا رسمنا رسماً أو كتبنا كتابة بالحبر الدهنى على سطح حجرى مستو مصقول. ورطبنا السطح بالماء فإننا نجد أجزاءه كلها قبلت الماء عدا المناطق المرسومة أو المكتوبة بالحبر الدهنى، وإذا ما قمنا بعد ذلك بتحبير سطح الحجر بالحبر الدهنى، نجد أن المناطق المبتلة ترفض الحبر، بينما تقبله المناطق

المرسومة التى سبقت أن رفضت الماء، وهكذا لايبقى على السطح الطابع أجزاء محبرة سوى المناطق الطباعية فقط التى يمكن أن تنتقل إلى الورق بعد ذلك، غير أن هذه الطريقة كانت تتسم بالبطء الشديد فضلاً عن التقصير الذى يشوب عملية إعداد السطح الطابع، وإتمام الطباعة، مما دعا إلى ضرورة تطويرها لتصبح أيسر وأسهل. وأدق، وبالفعل استبدل الحجر الجيرى بالألواح المعدنية الرقيقة كما استخدم التصوير الفوتوغرافى فى نقل الأشكال إلى سطح هذه الألواح فضلاً عن استخدام الطباعات الدوارة.[٦]

ويصطلح على تسميتها فى مطابعنا «بالأوفست» ويستخدم هذا النوع من الطباعة فى طبع معظم المجلات العالمية مثل Paris-Match, Life, News Week, Time.

وفى مصر يستخدم فى طبع أغلفة بعض المجلات العامة المصورة مثل آخر ساعة والمصور، وبعض ملاحقها وإعلاناتها. ومؤسسة روزاليوسف أولى الدور الصحفية التى أدخلت هذا النوع من الطباعة، حيث تطبع به الآن: مجلات روزاليوسف، صباح الخير، تجارة العرب، الوادى، والكتاب الذهبى، وكل المطبوعات التجارية التى يقوم بتنفيذها القسم التجارى.

وأحدث مؤسسة صحفية فى مصر، وهى مؤسسة أكتوبر تستعمل هذه الطريقة فى طبع المجلة التى تصدرها وهى مجلة أكتوبر منذ عام ١٩٧٦م[٧].

وأهم سمات الطباعة من السطح الأملس:

* قدرة على طبع مطبوعات من أحجام متنوعة ملونة وغير ملونة، وبتكلفة رخيصة نسبياً.

* تتطلب مزيداً من الانتباه عن الطباعة البارزة أو الغائرة للاحتفاظ بالصورة منسقة خلال الطباعة.

* اللوحات الطابعة تكون رخيصة نسبياً وتتطلب وقتاً قصيراً لتجهيزها بالمقارنة باللوحات الطابعة فى الطباعة من السطح البارز والغائر.

* اللوحات المنسوخة تكون أقل تكلفة.

* اللوحات الطابعة يمكن أن تطبع من سالبيات الفيلم أو إيجابياته.

* كفاءة عالية فى الطباعة على الورق الأملس والمصقول، وقدرة على الطباعة الفعالة على الورق ذى السطح الخشن أيضاً.

* التصميمات (Corrections) تتطلب تجهيز لوحة جديدة، ولكن اللوحات ليست غالية التكلفة.

* التجارب (Proofs) «البروفات» يمكن سحبها إما على آلة الطباعة نفسها أو بواسطة آلات خاصة للتجارب.

* تعطى المصمم حرية إبداعية كبيرة وتنويعاً كبيراً ومن السهل طباعة الظليات Half Tons والدرجات اللونية (الـ Tones) الناعمة والدقيقة[٨].

الطباعة غير المباشرة «الأوفست»[٩] :

ارتبطت فكرة الطباعة غير المباشرة مع البدايات الأولى لاستخدام الطباعة من سطح مستوٍ ذلك عندما يصعب الرسم أو الخط المقلوب، والذى ينتقل معدولا إلى الورق، فإنه كان يستخدم سطح آخر وسيط من المطاط

حيث يتم الرسم أو الحفر معدولاً إلى الورق لينتقل مقلوباً إلى السطح الوسيط، فينتقل بعد ذلك معدولاً إلى الورق، وقد أوضحت هذه الطريقة دقة وجودة فى بداية الأمر، وإن كان لم يتم التوسع فيها مع آلات الطباعة التى كانت تستخدم الحجر.

□□□

ولكن مع استخدام الألواح المعدنية فى الطباعة من سطح مستوٍ أو أملس تم تطوير آلات الطباعة بحيث شمل طنبور الأوفست من المطاط الذى ساعد على زيادة الكميات المطبوعة واستخدام أنواع متعددة من الورق، بدلاً من الاستخدام المحدود للورق المصقول الذى كان يستخدم فى الطباعة المباشرة بجانب الدقة والجودة التى تميزت بها الطباعة من السطح المطاط، وبذلك أصبحت طباعة الأوفست ما يلى:

ـ السطح الطابع، ويتم تركيبه على طنبور خاص ويتم إكساب هذا السطح بالحبر الدهنى، والماء حيث تكتسب الأول المناطق الطباعية، بينما يتم ترطيب المناطق غير الطباعية بالماء لترفض بعد ذلك الحبر الدهنى.

ـ تنتقل بعد ذلك المناطق الطباعية إلى الطنبور المطاط الذى ينقل هذه المناطق إلى الورق، الذى يمر بين هذا الطنبور، وطنبور الضغط وبعد انتقال الصور الطباعية إلى الورق يمر بعد ذلك إلى طنبور التسليم يستخرج من الآلة مطبوعاً.

وكما تقوم آلات طباعة «الأوفست» بطباعة فروخ الورق، فإن هناك نوعاً آخر تم تصحيحه لطباعة ورق اللفات التى يطلق عليه الروتو أو «الوب

أوفست «Roto, Webb Offest» ويضـاف فى هذه الحـالة إلى طنبـور الطبع، والطنبور المطاط وطنبور الضغط، طنبور الورق الذى يتم تركيب الورق اللفات عليه ليدور مع دورات الطنابير السابقة فى اتجاه سير عملية الطباعة وخروج الورق مطبوعاً.

□□□

وبجانب طباعة الأوفست من السطح الأملس هناك أنواع من طباعة الأوفست[١٠] «الأوفست الجاف Dry Relief Offest» ويعتمد على استخدام سطح طباعى محفور حفراً خفيفاً فى المناطق غير الطباعية يصل عمقها من ٢ر٠ ـ ٤ر٠، ويتم نقل الصورة الطباعية بالتحبير دون استخدام الماء إلى الوسيط المطاطى الذى ينقلها بالتالى إلى الورق وقد تستخدم الحروف البارزة فى هذا النوع من الطباعة ويطلق عليها حروف الأوفست Letter Set وتعنى الأوفست الجاف، أو طباعة الأوفست من سطح بارز، أو طباعة «تيبو» غير مباشرة من سطح بارز أو حروف.

ويقصد بها أيضاً الطبع من سطح بارز باستخدام وسيط مطاطى يقوم بنقل الصـورة الطباعيـة من السطح البـارز إلى الورق دون استـخدام الماء للترطيب، ومنها أيضاً طباعة الأوفست الغائرة Deep Offest, Offest Deep Printing Intaagllio Offest وهى عكس الأوفست الجاف من سطح أملس، حيث يتم حفر المناطق الطباعية بحفر أعمق من سطح اللوح الطباعى بحيث تصبح المناطق غير الطباعية مرتفعة بمقدار هذا الحفر، ويفيد استخدام هذا النوع فى طباعة كميات كبيرة ذلك أن الارتفاع يعوض تآكل المناطق

المرتفعة عند طبع كميات كبيرة بالإضافة إلى استخدام الأحبار غير الدهنية، وبنفس الطريقة تنتقل المناطق الطباعية الغائرة إلى السطح المطاطى الذى ينقلها إلى الورق بالتالى دون استخدام الماء أو وسائل الترطيب.

وهذه الطرق لم يتم التوسع فى استخدامها بعد، وإن كان يتوقع لها انتشارا فى المستقبل وهذا يؤكد على أن طرق الطباعة ليست بديلة عن بعضها، ولكنها طرق متعددة يتم استخدامها بما يتفق مع اتجاهات التخطيط المالى والفنى لإنتاج المطبوعات الصحفية بكافة أنواعها، واختلاف تخصصاتها ومنها مطبوعات الملاقات العامة.

وفى طباعة الألوان تتعدد وحدات الطبع بقدر الألوان المطلوب طباعتها، ويتم إعداد ألواح طباعية خاصة بكل لون بحيث يتم اكتساب الصورة الملونة كاملة على الورق بمرور فرخ الورق أو لفاته على وحدات الطبع الأربع.

اختيار أسلوب الجمع :

هناك أربعة أساليب لجمع الحروف "Typesting" فى أى مطبوع صحفى وهى(١١):

١ ـ الجمع اليدوى للحروف ومواصفاتها(١٢):

تعتمد هذه الطريقة على صف الحروف المتفرقة يدويا بجوار بعضها لإنتاج الكلمات ثم السطور ثم الأعمدة أو الصفحات وهى الطريقة التى اقترنت باختراع الحروف المتفرقة للطباعة "Movable Type" على يد «جوتنبرج» فى القرن الخامس عشر الميلادى. ومنها تطورت طرق الجمع

الآلى (الساخن) والجمع التصويرى وظلت مواصفات الحروف التى كانت نتيجة المسابك لأغراض الجمع اليدوى، وهى المستخدمة الآن فى الجمع الآلى، رغم اختلاف طريقة الجمع ومقاساته أصبحت مقاسات نمطية فى كل طرق الجمع، وإن اختلفت فيها الأشكال وتطور تصميمها فى الجمع التصويرى.

٢ ـ الجمع الآلى "Machine Set"(١٣):

وفيه تجمع الحروف آلياً ويتم تشكيل الحرف من المعدن المصهور ولهذا السبب قد يسمى الحرف (المجموع آليا) بالحرف الساخن "Hot Type" وقبل أن يتم الوصول إلى أسلوب الجمع التصويرى كان الجمع الآلى أكثر أنواع الجمع استعمالاً.. وهناك أربع آلات شهيرة للجمع الآلى:

(أ) آلة اللينوتيب (Linotype) :

تتميز بجمعها الحروف سطراً سطراً، وتوفر الوقت والجهد، ولكن أى خطأ فى السطر يستدعى جمعه كله، وهى تصلح للجرائد والمجلات.

(ب) آلة المونوتيب (Monotype) :

وتتميز بجمعها للحروف حرفاً حرفاً وتأخذ وقتاً وجهداً واذا حدث خطأ يستدعى ذلك إعادة جمع الحروف فقط، وتصلح لجمع متن الكتب والمطبوعات الدقيقة.

(جـ) آلة الإنترتيب (Intrtype) :

وتجمع الحروف سطراً سطراً، ولهذا تسمى اللينوتيب و «الإنترتيب» أحياناً Line Casting Nachine أى آلات الجمع السطرى، وهذه الآلات

الثلاث تستخدم لجمع المتن ـ أما العناوين فكانت ترسم بالريشة على يد الخطاط حتى ظهرت آلة خاصة بجمع العناوين.

(د) آلة لدلو Ludiow :

وهى متخصصة فى جمع العناوين من أبناط مختلفة وإن كانت بعض المجلات المصرية حتى الآن لا تستعمل فى كتابة عناوينها إلا ريشة الخطاط.

٣ ـ الآلة الكاتبة Ttpewriter :

وفيه يتم جمع الحروف عن طريق الآلة الكاتبة وتسمى هذه الطريقة "Typewriter Composition" أو الـ (Typography) وتستعمل فى المطبوعات التى ترصد لها ميزانية قليلة، ولا تحتاج فى المتن إلا الحروف فقط بدون صور أو رسوم، وتزود بوحدة حاسب ألكترونى، وشريط ممغنط، وهى مرتفعة التكلفة، وغير شائعة فى الصحف أو المجلات ولا تستعمل فى مصر إلا فى مؤسسة الأهرام.

٤ ـ الجمع التصويرى "Photo Composition" :

ويطلق عليه أيضاً الجمع البارد Cold Composoition تميزاً له عن الجمع الساخن المرتبط بإنتاج الحروف المعدنية الناتجة عن صهر المعادن المكونة لسبيكة الحروف.

ويهدف الجمع التصويرى إلى إنتاج صور وجه الحروف على أفلام (ورق حساس) لاستخدامها فى الطباعة الغائرة أو الملساء التى كانت تحتاج

فى بدايتها إلى نقل النص السابق وجمعه بحروف بارزة على سطح شفاف كمرحلة من مراحل إعداد السطح الطابع فى هذه الأنواع من الطباعة.

ولذلك بدأ التفكير فى اختصار هذه المرحلة وإنتاج أفلام أو أوراق مصورة لحروف النص مباشرة من خلال تطوير آلات الجمع، اعتباراً من هذه الفترة.. ولقد مر الجمع التصويرى بمراحل متطورة ومختلفة. وكانت البداية هى التفكير فى استغلال الأمهات النحاسية فى آلات الجمع الآلى، وتركيب صور سلبية للحروف على هذه الأمهات، يتم استدعاؤها بواسطة لوحة المفاتيح، وتعريض الحروف بعد استدعائها الى مصدر ضوئى ينقل الصور السالبة من خلال عدسات مجمعة ومفرقة لتنقل موجة الى الورق الحساس الذى يتم إظهاره وتثبيته بعد ذلك ليصبح صالحاً للاستخدام فى إعداد السطح الطابع.

□□□

وفى عام ١٩٤٥م ترجمة فكرة إعداد أمهات فيلمية خاصة، فتم وضع عدد من الحروف (٨٨ حرفاً) على فيلم صغير مساحته ١٠×١٠سم يتحرك بواسطة لوحة المفاتيح ليتم تعريض الحرف المطلوب أمام مصدر الضوء الذى يقوم بنقل صور الحرف السالبة بنفس الطريقة السابقة إلى الفيلم الحساس وبعد ذلك بدأت الشركات المنتجة لآلات جمع الحروف تطوير آلات خاصة لإنتاج الجمع التصويرى سواء من حيث الأمهات الفيلمية التى تضم الحروف السالبة على شكل كف تنتجه شركة (مونوفوتو) أو على شكل

شريحة فيلمية أنتجتها شركة «لومونتيب» أو على شكل قرص مستدير انتجته شركة فوتون.

وكذلك التطوير فى سرعة إنتاج الحروف فبعد أن بدأ الانتاج بحوالى ١٠ـ٣٠ حرفًا فى الثانية، وصل الآن إلى أكثر من ٤٠٠ حرف فى الثانية فى كثير من الآلات بعد أن دخل الحاسوب «كوحدة من هذه الآلات "ComputerIzed Type setting" ثم التطوير فى عملية التصحيح وتخزين الحروف.

وكذلك التطوير فى إنتاج الصفحة كاملة بعد أن يتم جمعها وتصويرها لإعداد الأنماط الفيلمية منها وهو مابدأ استخدامه بتوسُّع فى الحواسب الشخصية الصغيرة التى تستخدم نظم «الناشر المكتبى».

□□□

وبعد أن كانت أجهزة الجمع التصويرى تضم وحدات منفصلة للتثقيب والتصوير ثم يتم بعد ذلك الإظهار والتثبيت فى المعامل أصبحت الأجهزة تشمل الآن هذه الوحدات لتستعمل معاً فى مراحل متعاقبة آلياً بحيث يخرج النص الذى تم جمعه بداية باستخدام لوحة المفاتيح يخرج مصوراً باستخدام الطابعات التى تعتمد على أشعة الليزر معدا للتصحيح والاستخدام وإلى مدى قريب جداً كانت تستخدم ـ ومازالت ـ فكرة الشريط المثقوب فى تسجيل النص بواسطة لوحة المفاتيح ثم يتم نقل الشريط بعد ذلك إلى وحدة التصوير، حيث يبدأ استدعاء الحروف السالبة استجابة

لرموز التثقيب، وتصويرها على الورق الحساس الذى يتم نقله إلى المعمل وتحميضه، وإظهاره، واستعماله كتجربة يتم تصويبها، وبواسطة إعادة عرض النص على شاشة الكترونية بواسطة الشريط أيضاً يتم إجراء التصويبات، وإنتاج شريط جديد يستخدم مرة أخرى لإنتاج صورة جديدة مصوبة من النص المطلوب، وساعد إدخال نظام الحاسب الآلى فى هذه الأجهزة فى عملية حساب مقاسات السطر وترحيل البواقى إلى الأسطر التالية وتغيير مقاسات الحروف أو أشكالها، وكذلك فى عملية عرض النص على الشاشة الالكترونية لاستعادة النص والتصويب، تم التخزين بعد ذلك فى الشرائط المثقوبة.

وساعدت شاشات العرض على إمكانية تلافى الأخطاء بقراءة الحروف والسطور أثناء عملية الجمع وإجراء التصويبات التى قد يتنبه لها عامل الجمع قبل الانتهاء من عملية التثقيب.

□□□

وتطورت أجهزة الجمع التصويرى الآن فتم الاستغناء عن الأمهات الفيلمية، واستخدام الماتريعى اللامادى الذى يعتمد على تخزين عدد كبير من الحروف بمقاسات متعددة تبدأ فى بعضها من بنط ٤ وحتى بنط ٥١٢ وفى عدد من الأشكال يصل إلى مايقرب من عشرة أشكال. ويتم تخزين هذه الكمية من الحروف فى ذاكرة الحاسب الآلى واستدعاؤها بواسطة لوحه المفاتيح لتظهر بواسطة تجميع النقط الشبكية الضوئية على شاشة العرض بواسطة أشعة المهبط (الكاثود) ويتم نقل هذه النقط المضيئة التى تكون

الحرف فى نفس الوقت إلى الورق الحساس، وكذلك تم الاستغناء عن الشرائط المثقوبة التى تتسع لتخزين بضعة موضوعات، واستبدالها بالأقراص الممغنطة التى يصل قطرها ٣,٥ بوصة، وتتسع لتخزين مايقرب من ١٠,٠٠٠ (عشرة آلاف) صفحة بالإضافة إلى أن الأجهزة الحديثة أصبحت تستطيع جمع حروف أكثر من لغة (عربى/ إنكليزى مثلا) حسب تصميمها فى نفس «السطر والفقرة أو العمود» وفى أعمدة مستقلة وفى المقاسات الأكثر التى تحتويها ذاكرة الحاسب الآلى.

□□□

ومع وجود البرامج اللازمة لحساب أطوال السطور والمسافات البيضاء فى أولها أو وسطها، أو بينها، وكذلك ضبط السطور على يمين أو يسار أو وسط الشاشة أو قدرة البرامج الحديثة على التحكم فى وضع النصوص والمخططات البيانية، واستخدام مقاسات مختلفة للحروف للنص والعناوين بأنواعها مع وجود كل ذلك وما يطرأ عليه من مستحدثات فى مجال تكنولوجيا الحواسب الآلية فإنه يمكن جمع وتصميم الصفحة على شاشات العرض ومن ثم نقلها، وتصويرها، وطباعتها عل وحدات طابعة تلحق بها؛ ولذلك فإنه يمكن القول بأن آلات الجمع التصويرى التى تعمل ضمن أنظمة الحواسب الآلية قد تطورت فى جمع الحروف وتصميم الصفحات بحيث أصبحت تغنى عن مراحل التصميم والإخراج التى كانت تتوسط مراحل الجمع وإعداد السطح الطابع ولعله من خلال الأيام القليلة القادمة تصل هذه الأجهزة إلى النقل مباشرة إلى الأسطح المعدنية (الزنكات) وبذلك

توفر كثيراً من مراحل التصوير والمونتاج وإعداد الزنكات. «ولقد تم ذلك الإنجاز بفصل تقدم آلة الحاسوب فى هذا التكامل من المعادلة الصفية» ومع هذا التطوير فإننا نجد أن مثل هذه الأجهزة يمكن أن تفيد كثيراً فى مجال النشر المكتبى الذى يتفق مع عدد من المطبوعات بأشكالها وبأنواعها المختلفة التى يمكن التحكم فى تصميم صفحاتها فى حدود برامج الأجهزة الحديثة، وإنتاج أصول قابلة للتصوير والتوزيع فى كميات محدودة أو إعداد أسطح معدنية لطباعتها فى كميات كبيرة. وفى إطار المقارنة والاختيار بين طرق الجمع المتاحة، والتى سبق أن تحدثنا عنها فإن الجمع التصويرى وإن كانت تكلفته أعلى إلا أنه يتصدر الطرق الأخرى وخاصة فيما يتعلق بمظهر حروف الجمع التى أصبحت ترتبط بأشكال متعددة تنتجها الحواسب الآلية الآن.



هوامش الفصل السادس

(١) محمود علم الدين، **المجلة ـ التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها**، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٧٦.

(٢) المرجع السابق ص ٧٧.

(٣) المرجع السابق.

* طبعت مجلة المصور بهذه الطريقة فى سنوات صدورها الأولى.

(٤) المرجع السابق ص ٧٨.

(٥) محمد راسم الجمال وآخرون، **إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة** ـ مرجع سابق ص ٢٣٧.

(٦) سمير حسين، **تطور الإعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم**، رسالة دكتوارة غير منشورة، كلية الآداب جامعة القاهرة، القاهرة ١٩٦٩م، ص ٦٨٧.

(٧) محمود علم الدين، **المجلة ـ التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها**، مرجع سابق ص ٧٦.

(٨) **Crag-Joh: Production for the Graphic designer waston auptile publication U. S.A., Third edition 1976. p. 81.**

(٩) محمد راسم الجمال وآخرون، **إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة**، مرجع سابق ص ٢٤٠.

(١٠) المرجع نفسه ص ٢٤١.

(١١) محمود علم الدين، **المجلة ـ التخطيط لإصدارها ومراحل انتاجها**، مرجع سابق ص ٨٠.

(١٢) محمد راسم الجمال وآخرون، **إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة**، مرجع سابق ص ١٨٢، ١٨٣.

(١٣) محمود علم الدين، المجلة، مرجع سابق ص ٨١.

(١٤) محمد راسم الجمال وآخرون: **إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة** ـ مرجع سابق ص ١٩٤، ١٩٥، ١٩٦.

الفصل السابع

الاتجاهات الحديثة فى المجلة

اتجاهات حديثة فى الصحافة:

ويبدو أن العالم الذى نعيش فيه قد أصبح عالما صغيرا حقا، أو أنه على حد قول علماء الإعلام صار قرية ألكترونية؛ ولذلك تتقارب الأذواق، وتتفق المشارب، على عكس ما كنا نظنه فى الماضى. ففى حلقة دراسية انعقدت فى مدينة سيول سنة ١٩٦٥م تحت رعاية معهد الصحافة الدولى، اكتشف الحاضرون ومعظمهم من اليابانيين والهنود والإنجليز فضلا عن بعض الجنسيات الأخرى المختلفة، أن هناك اتفاقا أساسيا حول اتجاهات الإخراج الصحفى، مثال ذلك أن وجود (البياض) أو المساحات البيضاء بنسبة كافية ـ تجعل القراءة مريحة، وخاصة حول العناوين. انتهى المؤتمرون إلى أن ما يسمى بالطابع القومى بالشكل الرومانسى المبالغ فيه كالقول بالانضباط الألمانى، والمكر الصينى، والسلبية الهولندية، من الأمور التى تتناقلها الأجيال دون تمحيص أو دراسة.

وعلى العكس من ذلك، وجد أن العوامل المؤثرة فى الصحافة بوجه عام، وعلى الإخراج الصحفى بوجه خاص هى: مستوى الثقافة والتعليم

والأسلوب اللغوى، والتقدم التكنولوجى، وسرعة الطباعة وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، وتوفر وسائل الاعلام الأخرى من إذاعة وتليفزيون وغيرها، ومدى تأثيرها على الصحافة، وخاصة بالنسبة لنشر الأخبار الخالصة.

□□□

وقد ظلت الصحافة معظم القرن التاسع عشر متأثرة بالمثال الإنجليزى وخاصة فى عهد الملكة فيكتوريا، وهو مثال ينطوى على الفقرات الطويلة، والرسوم القليلة والذهب المأثورى فى التوازن الشكلى للتصميم. واستمر هذا المنهج متبعا فى عدة دول كالهند مثلا ـ رغم ارتفاع نسبة الأمية فيها، وثورة ورق الصحف. غير أن هذا التقليد الإنجليزى سرعان ما نبذ؛ لأنه لايتمشى مع ظروف البيئة وتغيرات العصر، وأخذت الصحف تبحث عن أساليب جديدة أكثر مرونة وأصدق تعبيرا[١].

فقد اتجهت الصفحة الأولى إلى أن تكون مثل نافذة العرض، فتحتوى على خلاصة الأخبار تحت عناوين عريضة مقترنة بالصور المعبرة وهى فى مجموعها تغرى القارئ بالاطلاع على محتوياتها.

وتعتبر صحيفة بيلت Bild الألمانية من أكثر الصحف تمثيلا لهذا الاتجاه. وتتبع الصحف الفرنسية الإخبارية أسلوب نافذة العرض أيضا، ولعل خير مثال لذلك هو صحيفة لو باريزيان ليبيرية Le Parisirn Libeie ويرجع هذا الأسلوب إلى نهاية الثلاثينات عندما ابتدعته صحيفة ديلى إكسبريس Daily Express الانجليزية وأخذت الصحف الأخرى تنقل عنه وتطوره.

غير أن الصحف الفرنسية التحليلية الجادة مثل صحيفة لوموند تنكر هذا الاتجاه الاستعراضى، وتعتبره مثيرا، وغير مناسب للتحليل، ولذلك فإن الصفحة الأولى من تلك الصحيفة تفرد للأخبار والتحليلات والتطبيقات، وقد تظهر إحالات إلى الصفحات الداخلية، ولكن دون إسراف يضايق القراء. ويعتبر أصحاب هذا المذهب أن الصفحة الهادئة المتحضرة تنم عن موقف موضوعى جاد، بعيداً عن الإثارة والتهويل.

□□□

وهناك صحف وسط تقف موقفا وسطا بين مذهب نافذة العرض من جهة ومذهب الصفحة التحليلية الهادئة من وجهة أخرى. ولعل صحيفة الفيجارو Le Figaro الفرنسية التى أنشئت سنة ١٨٥٦م خير مثال على هذا الاتجاه الوسط بين عرض الأخبار بطريقة درامية مثيرة، وعرضها بطريقة تحليلية هادئة. فعلى الصفحة الأولى نجد مجموعة من الأخبار والعناوين معروضة بأسلوب نافذة العرض، كما نجد فى نفس الوقت موضوعات تحليلية عميقة وهادئة.

ويعلق ريموند مانيفى Rsymond Manevy فى دراسته عن تطور الإخراج الصحفى فى فرنسا على هذين المذهبين بقوله: إن أسلوب نافذة العرض يتيح للصحف الفرنسية أن تعرض صورة موجزة وموحية للأحداث اليومية الرئيسية وغير العادية فى جميع أنحاء العالم. غير أن هذه العناوين قد

تتضارب وتتعارض وكأنها صيحات مدوية، وخاصة إذا افتقرت إلى الفراغ الأبيض الكافى من حولها. ومن الثابت أن القضية ليست قضية عرض أو حشد للعناصر الطبيعية، وإنما القضية هى وظيفية العرض ويسر القراءة وسهولة الاطلاع. وكثيرا ما يزعم البعض أن استخدام مذهب نافذة العرض فى الأخبار يتمشى مع سمات الشخصية الفرنسية وما عرف عنها من حيوية وحماسة وحب للإثارة ولكن الدراسة الموضوعية للصحافة الفرنسية تشير إلى أن هناك صحفا تسلك سبيل مذهب نافذة العرض وهى عادة الصحف النصفية أو الصحف الإخبارية، فى حين أن صحف الرأى تسلك مسلكا آخر يتسم بالهدوء والوضوح والوظيفة الموضوعية(٢).

الاتجاهات الدولية فى الإخراج:

وتتجه الصحافة الأمريكية نحو تقليل عدد الأعمدة، فبعد أن كانت الصفحة تحتوى على ثمانية أعمدة، أصبحت تحتوى على خمسة أعمدة عريضة فقط. ومن الصحف الأمريكية التى تأخذ بهذا الاتجاه صحيفة كريستيان سينس مونتيور Christian Scionce Moritor وهى صحيفة جادة تهتم بالتعمق والتحليل فى عرض أخبارها، وتنأى عن الأخبار الخفيفة والموضوعات الهشة، وتسعى إلى بلوغ أفضل مستويات الانقرائية. وهى تفرد عموداً فى صفحاتها الأولى للتحليل الجاد وتستخدم الخرائط والمعينات البصرية والوسائل الإيضاحية للشرح والتفسير.

□□□

وتمثل صحيفة لوس أنجيليس تايمز Los Angleles Times نموذجا أمريكيا آخر للصفحة ذات الأعمدة الخمسة، والحروف الواضحة على أرضية بيضاء كافية، مع العناية بعرض الأخبار والموضوعات بشكل مستطيلات مستطيلة. كما تخلت هذه الصحيفة ـ مثل معظم الصحف الأمريكية ـ عن الجداول، ولكن مازالت هناك إحالات إلى الصفحات الداخلية.

وتعتبر صحيفة كوريير جورنال the Courier Journal التى تصدر فى لويزفيل مثالا آخر للصحيفة الأمريكية التى تحولت إلى نظام الأعمدة الستة فى سنة ١٩٦٥م، وهى صحيفة تصدر ملحقا مسائيا لها يمتاز بسهولة القراءة ووضوح العناوين، ولكنها تفضل وضع العناوين الرئيسية على يسار الصفحة، فى حين أن الاتجاه العام فى الصحافة الأمريكية هو تفضيل وضع العنوان الرئيسى على الجانب الأيمن من الصفحة.

□□□

ومن الطريف أن صحيفة البرافدا السوفيتية قد اتجهت هى الأخرى إلى نموذج الأعمدة القليلة العريضة، فهى تحتوى على ستة أعمدة فى الصفحة الواحدة، مع تعدد حروف العناوين شكلا وحجما ونوعا ولونا، فى حين أن صحيفة أزفستيا Izvestia لاتزال تسير على نظام الأعمدة الثمانية فى الصفحة الواحدة. كما تفضل الصحف السوفيتية فى السنوات الأخيرة الأخذ بـ أسلوب المساحات المستطيلة أيضا، مع الاهتمام بإعطاء أرضيات بيضاء مريحة للعناوين العريضة، والعناية بتعليقات الصور بحيث تصبح واضحة وجذابة.

وعلى العكس من ذلك نجد أن الصحف الاسترالية تتمسك بالأعمدة الضيقة الكثيرة. فصحيفة بريزبين Brisbane المسائية مثلا تحتوى على أحد عشر عمودا فى الصفحة الواحدة، كما تحتوى صحيفة سيدنى مورنينج هيرالد Sydney Morning Herald وصحيفة منبورن هيرالد Melbourne Her-ald أيضا على عشرة أعمدة فى الصفحة الواحدة. ومعنى ذلك أن تتحرك العين حركات كثيرة وسريعة على الصفحة، كما يتطلب الأمر أن تكون الفقرات قصيرة، والعناوين متناثرة، مع غلبة اللون الرمادى لقلة المساحات البيضاء نسبيا. ويدافع الاستراليون عن مذهبهم هذا قائلين أنه يتيح لهم بدائل متعددة لوضع الأخبار فى أماكنها وتقييمها تشكيليا. ومع ذلك، فهناك صحف أخرى مثل صحيفة ذى استريليان TheAustralian تأخذ بنظام الأعمدة الثمانية(٣).

وقد يظن البعض أن الصحافة اليابانية تختلف اختلافا كبيرا عن الصحافة الأوربية والأمريكية ولكننا نجد أن صحيفة ما ينشى شمبون Main-chi Shimbun مثلاً ـ وهى صحيفة كبرى تظهر فى نحو ٦ طبعات نهارا، وعشر طبعات مساءً مع أنها تحتوى على ٢٠ صفحة ـ تلتزم بمعظم المبادئ الأصلية فى فن الإخراج الصحفى، فهى تضع ملخصا إرشاديا للمحتويات فى الصفحة الأولى؛ ومع الإحالة إلى التفاصيل وتحليل الأخبار فى الداخل والصحفيون اليابانيون يدركون خطورة المنافسة بين الصحافة والتليفزيون، وخاصة فى بلادهم حيث تتفوق الوسائل «الإلكترونية» تفوقا مذهلا فى ميدان الإعلام.

□□□

ويؤمن اليابانيون بالإخراج الصحفى الوظيفى، لذلك يغيرون من مساحات الأخبار، وأماكنها وفقا لتقييم كل خبر. ولما كانت اللغة اليابانية تحتوى على ٢٤٠٠ حرف صينى ويابانى فإننا نجد أن العناوين خطية فى معظم الأحوال كما هو الشأن فى الصحافة العربية. وكثيرا ما تستخدم العناوين العرضية للتأكيد، غير أنهم يستخدمون العناوين الطويلة أيضا وهى سمة مميزة للغة اليابانية.

اتجهت الصحف والمجلات ـ على حد ـ رأى خبراء الصحافة فى مستلزمات الفن الصحفى فى العالم ـ إلى منافسة الوسائل الأخرى على استقطاب الجماهير، وذلك بالاتجاه إلى:

١ ـ الطباعة الملونة الفاخرة.

٢ ـ الاعتماد على الصورة المعبرة.

٣ ـ اتجهت المجلات إلى البساطة الانسيابية.

٤ ـ التوسع فى استخدام البياض، وتقليل الأعمدة، واستخدام الكتل المستطيلة، والبعد عن التداخل بين الموضوعات.

٥ ـ التقليل من استخدام «المانشتات الطويلة» على طول الصفحة، واستخدام مزج بين العنوان الرئيسى، والفرعى.

وفى مجال استخدام الصور والرسوم:

١ ـ زاد الاهتمام بتوظيف الصور «الفوتوغرافية» المصاحبة للموضوعات.

٢ ـ ظهور وازدهار المجلات المصورة والملونة مرة أخرى.

٣ ـ التوسع فى استخدام الرسوم اليدوية والرسوم الساخرة.

٤ ـ الإستفادة من الأشكال الجاهزة عن طريق «الكمبيوتر»، والتطورات الكبيرة فيها فنجد مجلات بكاملها تستخدم هذه الخدمة السريعة التطور يوميا.

فى مجال الإعلانات:

١ ـ البحث عن الإعلان المتخصص، وأصبح يوضع فى ملاحق أو صفحات خاصة شديدة الارتباط به.

٢ ـ التوسع فى إصدار ملاحق خاصة قد تكون مجانية بالإعلان.

٣ ـ أصبحت أكثر الصحف، والمجلات تعود هى لصنع الإعلان، وعدم الاعتماد على الوكالات إلا فى الإعلانات العالمية.

فى مجال الكتابة:

نجد أن هناك صيغا، وأساليب جديدة لكتابة الخبر مثلا كبديل للمدخل «الكلاسيكى» الذى يعتمد على الحقائق، ومنها على سبيل المثال:

١ ـ صيغة التركيز على الفرد «الطريقة التشخيصية».

٢ ـ صيغة القصص الحوارية الموسيقية.

٣ ـ صيغة تعتمد على ضمير المتكلم كمدخل.

٤ ـ صيغة ترتيب الأحداث حسب زمن وقوعها أو «المدخل الكرونولوجى».

٥ ـ صيغة المدخل السردى الذى جعل الخبر كمقال.

فى مجال المستخدمات التكنولوجية:

١ ـ استخدام الكاميرا «الإلكترونية» فنحصل على الصورة المطلوبة من دائرة إلكترونية بدلا من الفيلم تجعل من السهل نقلها إلى أى مكان، ولن تحتاج إلى قياسات الكاميرا المعقدة، وبالتالى بإمكاننا أيضا نقل الكلمات نفسها، وتصويرها.

٢ ـ توضيب الصفحات على الكمبيوتر، وبالتالى يتم طبع الألواح بواسطة أشعة الليزر مما يعنى تقليل الوقت، وسيصبح حينها الجمع التصويرى شيئا عتيقا.

ويرى خبراء التقنية الطباعية أن الصحافة، ومنها المجلات تطورت فى الاتجاهات التالية [جاء ذكرها فى الفصل السابق الخاص بفن الطباعة فى المجلة]:

١ ـ الطباعة بدون ألواح مما يعنى إلغاء مركزية الطبع حيث تنقل صورة الصفحة من الحاسب عبر عاكسات الليزر.

٢ ـ زيادة سيطرة الحاسب الآلى على القيام بجمع الأعمال المختلفة من التوضيب، والتصحيح، والتحكم فى الحبر والورق.

٣ ـ حدث تطوير فى تصميم الآلات الطباعية فأصبحت أخف، وأصغر مما قلل الحاجة إلى العنصر البشرى عند تشغيلها.

٤ ـ التوجيه الإلكترونى لكل أجزاء العمل فى مجال نشر المادة وتبادلها ونقلها.

٥ ـ استخدام آشعة الليزر.

٦ ـ الألياف البصرية، وهى أقل استخداما من الليزر.

٧ ـ ظهور ما يسمى بالصحيفة «الإلكترونية» المنزلية كمنافس قوى للصحافة المطبوعة.

هذه بعض جوانب الاتجاهات الحديثة، والتى تأثرت بها المجلة فى مجال الإخراج، والطباعة، ويبقى أن هناك مجالات أخرى كان لها دور فعّال فى النقلة النوعية للاتجاه الحديث للصحافة، وفى المجلات المتخصصة بشكل خاص ومن أهمها:

أولا: عصر المعلومات والتطور الحضارى:

أو كما يطلق عليه ثورة المعلومات، فقد أصبحت التخصصات الفرعية لها جزئيات أصغر منها ـ كما ذكرنا آنفا ـ فى بداية الفصل، وأصبحت العلوم متداخلة مع بعضها البعض.. وعاصر ذلك أمر إيجابى وهو ارتفاع مستوى الثقافة والتعليم لدى الجماهير .. وقد شمل التطور كل شئ حتى الصحافة فهى تعتبر تطورا حتميا لنا أسماه «ولبرمان» بالوسائل الأولية .. كالكلمة والثانوية وكالخطابة والكتاب والوسائل التقنية أو كالمطبعة «٤» إنها الصحافة التى يرى «ليزنر» أنها تمثل جانب التحضر فى الاتجاه العقلى، وأن هناك علاقة وثيقة بين التحضر، والتعليم والصحافة.. ويقول: حين تصل نسبة التعليم ٢٥ ٪ تصبح أداة الاتصال فى المجتمع هى الصحافة، والتى تؤثر بدورها على المجتمع، وعلى الشخصية الإنسانية «٥».

ثانيا: عصر التطور الآلى:

وفى عصر التطور الآلى المهول نجد أن كثيراً من الأعمال التى يقوم بها الإنسان فى إنتاج الصحيفة تحولت إلى آلات تقدم بوقت أقصر، وكفاءة أعلى .. ومع وجود هذه المميزات فى سرعة إنتاج الصحيفة، نجد أن بعض العوامل الداعية إلى التطور السريع، والذى تأثرت به المجلة الحديثة صاحبها بعض الأفكار المستحدثة فى جوانب العمل فى المجلة، ومن أهما :

١ ـ فى مجال تحرير المجلة.

٢ ـ ظهر هناك رغبة جامحة إلى التخصص، والتخصص الجزئى، وهى الصحافة التى تعطى اهتماما خاصا، وليس رأيا أو اتجاها مثل مجلات الهوايات، والمعسكرات، وطوابع البريد، والتنس كرياضة مستقلة .. وفى مجال المرأة أصبح التخصص أكثر جزئية يهتم بالأزياء، والديكور.

٣ ـ ظهور ما يعرف بصحافة الخدمات التى تقدم الخدمة المجانية أو السريعة كما يريد القارئ مثل مجلات الـ «TV» أو خدمات الباحثين، وهى ليست حديثة على المستوى العالمى.

٤ ـ التوسع فى إصدار الملاحق والأعداد.

٥ ـ ظهور ما يعرف بصحافة الفريق أو التغطية الجماعية للأحداث «٦».

ثالثا: التزاوج بين الطباعة والإلكترونية:

إن التزاوج بين الطباعة «والإلكترونيات» يعتبر بشكل جذرى عملية إنتاج، وتوزيع الوسائل المطبوعة فسوف يصبح لدى القراء الأفراد حرية اختيار

ـ بشكل فردى ـ لما يريدونه من أخبار، ومواد تسلية أو إعلانات فى منازلهم مستخدمين أنظمة المعلومات المنزلية التى تستخدم الحاسبات «الإلكترونية»، ويمكنهم الحصول على ما يريدون من مادة مطبوعة ـ باستخدام الطابعات الخاصة بهذه الحاسبات، ورغم هذا فالأمر الذى لاشك فيه أن الوسائل المطبوعة ستظل قوة حيوية حتى فى مواجهة وسائل الاتصالات «الإليكترونية» وإن غيرت فى أشكالها، وستظل قادرة على إمداد قرائها برسالة قوية لها طابع الاستمرارية، سواء كانت هذه الرسالة سوف تطبع على الورق أو تعرض على شاشات التليفزيون أو النهايات الطرفية للحاسبات «الإليكترونية» (٧)، وسوف لا ينتهى المطاف بالصحافة أن تتوارى مقدرتها على الاستمرارية، والديمومة بدافع من تحقيق ذاتها، وإثبات وجودها بالرغم من استخدام أنظمة المعلومات المنزلية التى تستخدم الحاسبات «الإلكترونية» بدلا من الوسائل المطبوعة.

□□□

هوامش الفصل السابع

(١) إبراهيم إمام، **فن الإخراج الصحفى**، مرجع سابق، ٢٧ .

(٢) محمد سيد محمد، **اقتصاديات الإعلام**، مرجع سابق، ص٤٧ .

(٣) محمود علم الدين، المجلة ـ **التخطيط لإصدارها**، مرجع سابق، ص ٥٦ .

(٤) عبدالعزيز الغنام، **مدخل فى علم الصحافة**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص ٢٩ .

(٥) إبراهيم إمام **«دراسات فى الفن الصحفى»** مكتبة الأنجلو المصرية، ص ٩ .

(٦) سمير حسين **«مستحدثات الفن الصحفى فى العالم وتأثيرها على تطوير الصحافة السعودية»** دورة تدريبية بمركز جدة للتدريب ١٩٩٤م، ص ٨.

(٧) ماجى الحلوانى وآخرون، مرجع سابق.

الفهرس

مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب

رقم الايداع بدار الكتب ١٠٤٦٥/٩٧

I.S.B.N 977-01-5436-9

● المجلة تعتبر وسيلة إعلامية هامة تقف جنبا إلى جنب بقاعدتها الجماهيرية العريضة من القراء بين منافسيها من صحف سيارة، وإذاعة وتلفاز.

وتعتبر صحافة المجلة أرقى الفنون الصحفية وأكثرها عمقا فى الأسلوب والشرح والتحليل للأحداث والقضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية، والثقافية، كما أنها تأخذ من مناهج البحوث العلمية أدواتها فى المحاور للأحاديث الصحفية، والتحقيقات الصحفية.

وفى هذا الكتاب عن صحافة المجلة عشرة فصول تقدم للقارئ معلومات عن صحافة المجلة كأسس فنية الفصل الأول: يقدم تعريفا عن المجلة الفصل الثانى يوضح الفرق بين الجريدة والمجلة ويتناول الفصل الثالث وظائف المجلة، أما الفصل الرابع فقد خصص لفنون تحرير المجلة، أما الفصل الخامس فيتحدث عن أنواع المجلات، بينما الفصل السادس يحتوى شرحا وافيا عن التخطيط لإصدار المجلة، وفى الفصل السابع نقف عند فن إخراج المجلة، ويليه الفصل الثامن عن فن الطباعة فى المجلة، ويأتى الفصل التاسع مخصصا للحديث عن قسم المعلومات والبحوث فى المجلة، ويبقى الفصل الأخير (العاشر) منفردا عن الاتجاهات الحديثة فى فن المجلة..

٣٥٠ قرشا

مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب